



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN ECONOMÍA MENCIÓN FINANZAS

PLAN DE TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS DERIVADOS DE LA CODORNIZ EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN ECONOMÍA
MENCIÓN FINANZAS

AUTOR:

QUIROZ MARTÍNEZ STEVEN JESÚS

Ibarra, 2017

RESUMEN EJECUTIVO

Teniendo en cuenta que el objetivo principal de esta investigación es la creación de una empresa productora y comercializadora de productos derivados de la codorniz en los cuales compete carne y huevos, se va desarrollando el análisis de los diferentes aspectos que intervienen en este estudio. Después de hacer un análisis y conocer la situación actual del sector y un estudio de mercado se tiene una visión más clara del proyecto llegando a conocer que en la ciudad de Ibarra no existen empresas o microempresas dedicadas a la explotación de esta ave y los productos que en la actualidad se venden en la ciudad de Ibarra son provenientes de negocios temporales por parte de los ciudadanos y de otras ciudades como son Quito, Ambato y Santo Domingo, por ende, nos permite identificar los principales aliados, oportunidades, oponentes y riesgos del sector objeto del estudio. Debido a la realización del estudio técnico situacional se pudo ver que existe un alto grado de demanda insatisfecha siendo mayoritaria en la demanda de huevos de codorniz, seguida por la demanda de carne de codorniz. La población de la ciudad de Ibarra está cada vez en aumento de tal forma se incrementa el consumo de los productos provenientes de la codorniz, debido a que esta ave brinda productos con altos grados de nutrientes , los cuales brindan beneficios al organismo. Después de haber realizado la tabulación y evaluación de los resultados provenientes de la investigación realizada a los posibles consumidores, se puede determinar con el estudio de mercado el estado actual del mercado y el comportamiento de la demanda, oferta y precio de los productos que se van a establecer en el presente estudio consecuentemente estos se analizaron para finalmente realizar un estudio financiero en donde se puede establecer la viabilidad del proyecto justificando la necesidad de emprender el proyecto y su futura inversión.

EXECUTIVE SUMMARY

Taking into account that the main objective of this research is the creation of a company producing and selling products derived from quail in which meat and eggs compete, the analysis of the different aspects involved in this study is being developed. After analyzing and knowing the current situation of the sector and a market study has a clearer vision of the project coming to know that in the city of Ibarra there are no companies or microenterprises dedicated to the exploitation of this bird and the products that currently sold in the city of Ibarra come from temporary businesses by citizens and other cities such as Quito, Ambato and Santo Domingo, so we can identify the main allies, opportunities, opponents and risks of the sector of the study. Due to the technical situational study, it was possible to see that there is a high level of unsatisfied demand, being the majority in the demand for quail eggs, followed by the demand for quail meat. The population of the city of Ibarra is increasing, increasing the consumption of products from the quail, because this bird provides products with high levels of nutrients, which provide benefits to the body. After tabulating and evaluating the results of the research carried out to potential consumers, it can be determined by the market study that shows the current state of the market and the behavior of demand, supply and price of the products to be established in the present study consequently these were analyzed to finally carry out a financial study where the feasibility of the project can be established justifying the need to undertake the project and its future investment.

AUTORÍA

Yo **Steven Jesús Quiroz Martínez**, portador de la cédula de ciudadanía N. **100371206-2**, declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría, el mismo que no ha sido presentado en ningún grado, ni calificación profesional; en los diferentes contenidos de consulta se ha hecho constar sus correspondientes citas bibliográficas que se incluyen en el presente documento.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Steven Quiroz', is written over a horizontal line.

Steven Quiroz

100371206-2

CERTIFICACIÓN DE ASESOR

En mi calidad de director del trabajo de grado, presentado del egresado Steven Jesús Quiroz Martínez, para optar por el título de INGENIERO EN ECONOMÍA, MENSION FINANZAS, cuyo tema es; “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS DERIVADOS DE LA CODORNIZ EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA” considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se digne.

En la ciudad de Ibarra al 10 del mes de octubre del 2017

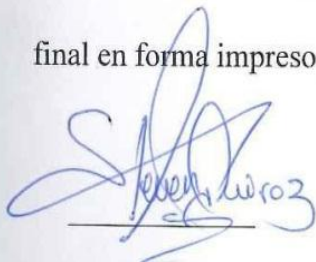
A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Wilma Guerrero', is written over a horizontal line.

Eco. WILMA GUERRERO

CI. 170694853-4

**CESION DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Yo, Steven Jesús Quiroz Martínez, con cédula de ciudadanía No. 100371206-2, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4,5 y 6, en calidad de autor (es) del trabajo de grado denominado: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DERIVADOS DE LA CODORNIZ EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.", que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERO EN ECONOMÍA, MENCIÓN FINANZAS, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la misma facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en forma impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.



Steven Quiroz

100371206-2

En la ciudad de Ibarra a los 10 días del mes de octubre del 2017

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del Proyecto Repositorio Digital Institucional, determino la necesidad de disponer de textos completos en forma digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad. Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DEL CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD	100371206-2		
TELEFONO FIJO:		MOVIL:	0990503829
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO	Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de productos derivados de la codorniz en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.		
AUTOR:	STEVEN QUIROZ		
FECHA:			
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
PROGRAMA:	PREGRADO x POSGRADO		
TÍTULO POR EL QUE OPTA	INGENIERO EN ECONOMÍA, MENSIÓN FINANZAS		
ASESO/DIRECTOR:	Eco. WILMA GUERRERO		

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Steven Jesús Quiroz Martínez , con cedula de ciudadanía No. 100371206-2, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrollo, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 10 días del mes de octubre del 2017.

EL AUTOR:



Steven Quiroz

C.I. 100371206-2

DEDICATORIA

A mi esposa AMANDA ELIZABETH ROSERO RODRÍGUEZ, quien a lo largo de mi carrera ha sido un pilar fundamental, y el impulso para la culminación de la misma, con su apoyo y amor incondicional ha sido una fuente de calma y consejo en todo momento.

A mi hermosa hija GRACE ABIGAIL QUIROZ ROSERO, para quien todo sacrificio es valedero, que con su paciencia y amor ha logrado enderezar y ver con claridad el camino que debo seguir.

Dedico este trabajo a mi papa SEGUNDO SIMÓN QUIROZ SOTO, que ha sabido encontrar las palabras adecuadas dentro de todos sus consejos otorgados a lo largo de mi vida, guiándome en cada paso que daba para lograr la profesión.

A mi hermana GERMANIA QUIROZ MARTINEZ, que en su debido momento me supo ayudar para la culminación y realización de este proyecto.

AGRADECIMIENTO

Me gustaría agradecer a la Sra. KERLLY MIRIAN RODRÍGUEZ BUSTAMANTE, que ha sido una fuente de apoyo incondicional a lo largo de mi carrera profesional, años que han sido duros para mí, que sin esa ayuda hubiera sido muy difícil lograr culminar esta meta importante en mi vida.

Agradecer a mi hermano CRISTHIAN DAVID QUIROZ MARTÍNEZ, que a lo largo de mi vida y carrera profesional me ha sabido apoyar en momentos claves en los cuales yo ya renunciaba en la carrera y tú la supiste levantar y ponerla nuevamente en mi hombro, fundaste en mi bases de responsabilidad y deseos de superación, por tu inmenso corazón me lleva a admirarte y respetarte.

Agradecer a mi mamá ZOILA GENOVEVA MARTÍNEZ SANTAMARIA, quien con su amor y paciencia supo acompañarme en trayecto de mi vida.

A mi asesor de tesis economista Wilma guerrero por aportar parte de sus conocimientos en la materia para poder guiarme de mejor manera a la realización y culminación del proyecto

PRESENTACIÓN

El presente trabajo titulado "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS DERIVADOS DE LA CODORNIZ EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA". Se han desarrollado los siguientes capítulos, con la finalidad de determinar su factibilidad.

Capítulo I Diagnóstico situacional: en este se presenta el entorno en el que se va a desarrollar la microempresa, planteando objetivos relacionados con varias características sociales, económicas de la situación real de la ciudad de Ibarra, logrando determinar la necesidad de emprender el proyecto.

Capítulo II Marco Teórico: En este capítulo se establecen las bases teóricas fundamentales para el desarrollo del proyecto.

Capítulo III Estudio de mercado: En esta parte se realizó una investigación de campo utilizando fuentes primarias de recolección de información llegando a un análisis de datos obtenidos donde se determina la demanda insatisfecha que existe en la ciudad; además, de analizar la competencia existente y entablar estrategias de comercialización adecuadas para la introducción del producto al mercado ibarreño.

Capítulo IV Estudio técnico: Aquí se determinan varios aspectos muy importantes para la realización del proyecto como la localización, el tamaño que va a tener la microempresa, ingeniería del proyecto, procesos productivos, la tecnología a implantarse, talento humano requerido y la inversión que se necesita para la realización.

Capítulo V Estudio Financiero: En si este capítulo se basa en la determinación de la viabilidad del proyecto a través de la aplicación de evaluadores financieros.

Capítulo VI Estructura organizativa: en este capítulo se define los aspectos estratégicos, organizativos y legales para la operatividad de la microempresa.

Capítulo VII Análisis de Impacto: Se entabla el impacto general que va a tener la ejecución del proyecto en la ciudad de Ibarra.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	II
EXECUTIVE SUMMARY	III
AUTORÍA	IV
CERTIFICACIÓN DE ASESOR	V
CESION DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO	VI
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN	VII
DEDICATORIA	IX
AGRADECIMIENTO	X
PRESENTACIÓN	XI
ÍNDICE GENERAL	XIII
ÍNDICE DE TABLAS	XVI
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XIX
INTRODUCCIÓN	XXI
OBJETIVOS DEL PROYECTO	XXII
Objetivo general.....	XXII
CAPÍTULO I	22
1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	22
1.1. Antecedentes diagnósticos.....	22
1.2. Objetivos del diagnóstico.	23
1.2.1. Objetivo general.....	23
1.2.2. Objetivos específicos	23
1.2.3. Variables diagnósticas	23
1.3. Indicadores que definen a las variables.....	24
1.3.1. Variable: Situación geográfica.....	24
1.3.2. Variable: Aspecto socio-económico	24
1.3.3. Variable: Proveedores	24
1.4. Matriz de relación diagnóstica	24
Objetivos.....	24
Variables.....	24
Indicadores.....	24
Técnicas.....	24
Fuentes de información	24
Situación geográfica	24
1.5. Diseño de instrumentos de investigación	25
1.5.1. Información primaria.....	25
1.5.2. Información secundaria.....	26
1.6. Análisis de las variables diagnosticas.....	26
1.6.1. Situación geográfica.....	26
1.6.2. Aspecto socio-económico	27
1.7. Análisis del diagnóstico situacional externo.....	36
1.8. Resultados del diagnóstico	36
1.9. Determinación de la oportunidad de la inversión	37
CAPITULO II	38
2. MARCO TÉORICO	38
2.1. La empresa	38
2.2. Microempresa	39
2.3. La codorniz.....	41

2.4. Estudio de mercado	44
2.5. Estudio técnico	47
2.6. Estudio financiero	49
2.6.1. Evaluadores financieros	51
2.7. Impactos	52
CAPITULO III	54
3. ESTUDIO DE MERCADO	54
3.1. Identificación del producto	54
3.1.1. Productos sustitutos	58
3.2. Mercado meta	58
3.3. Segmento del mercado	59
3.4. Mecánica operativa	59
3.4.1. Identificación de la población y muestra	59
3.4.2. Técnicas e instrumentos	61
3.5. Resultados de la investigación de campo	61
3.5.1. Encuesta realizada a la población de la ciudad de Ibarra representada por familias de estrato social medio alto.	61
3.6. Análisis de la demanda	67
3.6.1. Factores que inciden a la demanda	67
3.6.2. Demanda de huevos de codorniz	67
3.6.3. Carne de codorniz	68
3.7. Proyección de la demanda	69
3.7.1. Proyección de la demanda de los huevos de codorniz	69
3.7.2. Proyección de demanda de carne de codorniz	70
3.8. Oferta	70
3.8.1. Oferta de huevos de codorniz	71
3.8.2. Oferta de carne de codorniz	71
3.9. Demanda potencial por satisfacer	71
3.10. Proyección del precio	72
3.11. Promoción de la empresa	73
CAPÍTULO IV	74
4. ESTUDIO TÉCNICO	74
4.1. Tamaño del proyecto	74
4.2. Localización	75
4.2.1. Macrolocalización	75
4.2.2. Microlocalización	76
4.3. Tamaño del proyecto	77
4.4. Capacidad del proyecto	77
4.5. Diseño de instalaciones	78
4.6. Distribución de la planta	79
4.7. Ingeniería del proyecto	88
4.7.1. Flujograma de procesos	88
4.8. Presupuesto técnico	94
4.8.1. Inversión fija	94
4.8.2. Gasto de constitución	95
4.8.3. Capital de trabajo	95
4.9. Inversión del proyecto	95
4.10. Financiamiento	96
4.11. Amortización del crédito	96
4.12. Talento humano	96

CAPÍTULO V	97
5. ESTUDIO ECONÓMICO	97
5.1. Ingresos proyectados	97
5.2. Egresos proyectados	97
5.2.1. Costos directos de producción	97
5.2.2. Gastos administrativos	100
5.2.3. Gastos de ventas	102
5.2.4. Gasto financiero	103
5.2.5. Tabla de amortización del crédito	104
5.2.6. Depreciación de activos fijos	104
5.2.7. Resumen de egresos proyectados	104
5.3. Estados financieros	104
5.3.1. Estado de situación financiera	105
5.3.2. Estado de resultados	105
5.3.3. Flujo de caja	106
5.4. Evaluación financiera	106
5.4.1. Costo de oportunidad	106
5.4.2. Valor Actual Neto (VAN)	107
5.4.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)	107
5.4.4. Relación costo beneficio	108
5.4.5. Punto de equilibrio	109
5.4.6. Periodo de recuperación	110
CAPITULO VI	111
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	111
6.1.1. Slogan	111
6.1.2. Logotipo de la empresa	111
6.1.3. Requisitos legales para operar	112
6.1.4. Misión	113
6.1.5. Visión	113
6.1.6. Valores	113
6.1.7. Estructura organizacional	114
OPERARIO	114
PRODUCCIÓN	114
VENDEDOR	114
COMERCIALIZACIÓN	114
SERVICIOS CONTABLES	114
REPARTIDOR	114
6.2. Manual de funciones	115
CAPITULO VII	119
7. ANÁLISIS DE IMPACTOS	119
7.1. Estudio de impactos	119
7.2. Niveles de impacto	119
7.3. Impacto Ambiental	120
7.4. Impacto Social	121
7.5. Impacto Económico	122
CONCLUSIONES	124
RECOMENDACIONES	126
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	127
Bibliografía	127
Anexos	130

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Superficie del cantón Ibarra.....	27
Tabla 2. Población por género y parroquias	28
Tabla 3. Universidades e Unidades educativas de la ciudad de Ibarra.....	29
Tabla 4. Indicadores de educación	30
Tabla 5. Población económicamente activa	33
Tabla 6. Referencias del crecimiento de la PEA	34
Tabla 7. Matriz aliados, oponentes, oportunidades, riesgos (AOOR).....	36
Tabla 8. Propiedades nutricionales carne de codorniz	57
Tabla 9. Familias zona urbana de Ibarra.....	59
Tabla 10. Consumo de huevos de codorniz	61
Tabla 11. Conocimiento de marcas de huevos de codorniz	62
Tabla 12. Apreciación del producto	63
Tabla 13. Razones para adquirir el producto	64
Tabla 14. Demanda de huevos de codorniz	65
Tabla 15. Demanda de carne de codorniz.....	65
Tabla 16. Familias demandantes de huevos de codorniz.....	67
Tabla 17. Demanda de cubetas de huevos por familia	68
Tabla 18. Familias demandantes de carne de codorniz	68
Tabla 19. Demanda de carne de codorniz por familia	68
Tabla 20. Proyección de la demanda de huevos de codorniz por cubeta	69

Tabla 21. Proyección de la demanda de carne de codorniz en paquete de 450 gr	70
Tabla 22. Demanda potencial por satisfacer de Huevos de codorniz	71
Tabla 23. Demanda potencial por satisfacer de carne de codorniz en paquetes de 450 gr..	72
Tabla 24. Precio de los huevos y carne de codorniz.....	72
Tabla 25. Demanda de huevos de codorniz a satisfacer en cubetas	74
Tabla 26. Demanda de carne de codorniz a satisfacer en paquetes de 450 gramos	74
Tabla 27. Vehículo	94
Tabla 28. Equipos	94
Tabla 29. Equipo de oficina.....	94
Tabla 30. Equipo de cómputo.....	95
Tabla 31. Gasto de constitución	95
Tabla 32. Capital de Trabajo	95
Tabla 33. Inversión del proyecto	95
Tabla 34. Financiamiento	96
Tabla 35. Amortización	96
Tabla 36. Talento humano	96
Tabla 37. Ingresos	97
Tabla 38. Datos históricos	98
Tabla 39. Personal de producción	98
Tabla 40. Proyección del Costo M.O.D. sin obligaciones sociales	98
Tabla 41. Proyección del Costo Total de la Mano de Obra Directa.....	98
Tabla 42. Proyección del Costo Total de Materia Prima.....	99
Tabla 43. Proyección de Costos indirectos de producción.....	99
Tabla 44. Proyección de Costos directos de producción.....	100
Tabla 45. Proyección del personal de administración	100

Tabla 46. Proyección del personal de administración. Sin obligaciones sociales	100
Tabla 47. Proyección del gasto total del personal de administración.....	100
Tabla 48. Proyección del gasto total de suministros de oficina.	101
Tabla 49. Proyección de gastos generales de administración.....	101
Tabla 50. Resumen de Gastos administración.....	102
Tabla 51. Proyección del personal de ventas.....	102
Tabla 52. Proyección del personal de ventas sin obligaciones sociales	102
Tabla 53. Proyección del gasto total del personal de ventas	102
Tabla 54. Proyección de la publicidad.....	103
Tabla 55. Resumen gasto de ventas.....	103
Tabla 56. Datos para el cálculo del préstamo	103
Tabla 57. Tabla de amortización del crédito	104
Tabla 58. Depreciación de activos fijos.....	104
Tabla 59. Resumen de egresos proyectados	104
Tabla 60. Estado de situación financiera	105
Tabla 61. Estado de pérdidas y ganancias	105
Tabla 62. Flujo de caja	106
Tabla 63. Cálculo de la tasa de redescuento	106
Tabla 64. Valor Actual Neto (VAN)	107
Tabla 65. T.I.R. con tasa inferior.....	107
Tabla 66. T.I.R. con tasa superior	108
Tabla 67. Datos para calcular el T.I.R.	108
Tabla 68. Relación costo beneficio.....	108
Tabla 69. Punto de equilibrio	109
Tabla 70. Periodo de recuperación	110

Tabla 71. Calculo del periodo de recuperación	110
-----------------------------------------------------	-----

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Ilustración 1. Actividades Económicas	35
Ilustración 2. Tabla nutricional huevos de codorniz.....	55
Ilustración 3. Huevos de codorniz	56
Ilustración 4. Carne de codorniz.....	58
Ilustración 5. Consumo de carne de codorniz.....	62
Ilustración 6. Conocimiento de marcas de carne de codorniz	63
Ilustración 7. Propiedades nutritivas de huevos y carne de codorniz.....	64
Ilustración 8. Aceptación de una nueva unidad productora de derivados de codorniz	66
Ilustración 9. Promoción etiquetado	73
Ilustración 10. Mapa del cantón Ibarra.....	75
Ilustración 11. Mapa ubicación del galpón.....	76
Ilustración 12. Plano de distribución del espacio	79
Ilustración 13. Incubadora	80
Ilustración 14. Cuarto de nacimiento.....	82
Ilustración 15. Galpón de codornices	83
Ilustración 16. Galpón codornices para carne	84
Ilustración 17. Jaula tipo batería o vertical.....	85
Ilustración 18. Bebedero tipo copa o niple	86
Ilustración 19. Balanceado para codornices	90
Ilustración 20. Huevos de codorniz destinados a la venta.....	91

Ilustración 21. Carne de codorniz.....	92
Ilustración 22. Flujo grama de producción.....	93
Ilustración 23. Logotipo de la empresa	112

INTRODUCCIÓN

Ibarra perteneciente a la provincia de Imbabura conocida también como “La ciudad blanca” por sus características y por ser considerada como una de las ciudades que tiene el aire más puro del Ecuador, el clima, así como la cultura hace que se le conozca como la ciudad a la que siempre se vuelve. La ciudad fue reconocida como capital de la provincia de Imbabura por el libertador Simón Bolívar, convirtiéndose esta en el centro de desarrollo económico, educativo y científico de la provincia debido a ello se van desarrollando las microempresas por la perseverancia y deseo de las personas por tener un negocio propio y tener independencia en su trabajo, además, de contribuir a la ciudad con fuentes de empleo para otras personas mejorando la calidad de vida de estas y de quien recibe los frutos del negocio, a estas microempresas denominadas también como artesanías, pequeño comercio, pequeña industria, comerciantes minoristas o comerciantes informales han ayudado mucho al sector a ser considerados como parte del empresariado ecuatoriano y no como sector marginal de la ciudad.

Desde hace tiempo el hombre se ha dedicado a la cría y producción de aves llegando a buscar cada vez nuevas especies más productivas que generen mayores ingresos y mejores nutrientes para el ser humano, en esas búsquedas logran encontrar al ave codorniz que inicialmente fue encontrada y domesticada en Japón, después introducida a los demás países, esta especie perteneciente al grupo de las gallináceas, género coturnix es muy apetecida por Asia y Europa. Se diferencia de las demás aves por su desarrollo embrionario que a los 42 días de haber nacido ya es capaz de producir huevos, lo que quiere decir que se desarrolla en un tiempo muy corto, es un ave sedentaria por lo que es mucho más fácil su explotación en cautiverio además de su corta estatura se la puede criar en espacios reducidos.

El proyecto a desarrollarse se encuentra ubicado en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura la cual cuenta con una población total de 181.175 habitantes, según los datos que muestra el INEC en el año 2010. La idea de la creación del proyecto surge como consecuencia de necesidades insatisfechas que tiene la población como son el de adquirir productos frescos, de buena calidad, a bajo costo y la disponibilidad de los mismos. En la ciudad se puede evidenciar la falta de empresas productoras de productos derivados de las codornices, la mayoría de estas compañías se encuentran en las grandes ciudades haciendo que el mercado ibarreño tenga que traer los productos de estos sectores, dando lugar a que no exista los productos como carne y huevos de codorniz en la ciudad. En los últimos años la Ibarra ha tomado un gran crecimiento en cuanto a la formación de microempresas pero estas se han dedicado al tema comercial más no productivo, debido a la falta de información y conocimiento ha dado lugar a que las personas no se animen por la formación de este tipo de microempresas y solo se dedican a comercializar el producto, este es uno de los inconvenientes principales por lo que hay pocos productores en la localidad.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

Objetivo general

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de productos derivados de la codorniz en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

Objetivo específicos

Realizar un diagnóstico situacional que permita tener una mejor visión del entorno en el que se va a establecer la microempresa.

Estructurar el marco teórico científico para poder establecer las bases para realizar una investigación fundamentada y estructurada en todo el desarrollo del proyecto.

Realizar un estudio de mercado para analizar temas relacionados con: Oferta, demanda, precio, comercialización y publicidad.

Realizar un estudio técnico que nos permita determinar la localización, tamaño, talento humano, maquinaria. Que servirán para la operatividad de la microempresa.

Diseñar una estructura administrativa para un mejor manejo de la microempresa.

Realizar un estudio financiero en donde podamos determinar la viabilidad o no del proyecto para su ejecución.

Establecer los diferentes impactos a los cuales afecta el nuevo proyecto.

JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto es de suma importancia por el mercado creciente de la zona teniendo en cuenta que la escasa producción y comercialización de productos derivados de la codorniz existe un déficit creciente en la producción de huevos, y el sacrificio de las aves al final de su etapa productiva la cual se podría distribuir en carne siendo está muy nutritiva para el ser humano. Actualmente el país tiene un nivel muy elevado de herramientas técnicas y tecnológicas para una mejor explotación de estos productos. La inversión en infraestructura y aves es muy variable puesto que esta va de la mano con las necesidades que el mercado tiene actualmente, lo cual permite que la microempresa tenga niveles de crecimiento escalonado. En este tipo de microempresa no se desaprovecha nada del ave codorniz ayudando a la pronta recuperación de la inversión, ya que genera rendimientos que permitan la sostenibilidad y rentabilidad de la microempresa.

La microempresa a establecerse se dedicará a la producción y comercialización de productos derivados del ave codorniz, esta aplicará técnicas de distribución la cual permita optimizar los recursos económicos, humanos y materiales, los mismos que contribuirán al mejor desempeño y evolución de la empresa, llegando a mejorar los estándares de calidad de los productos y contribuir a la mejora de la calidad de vida de la ciudadanía.

El beneficiario directo de este proyecto es el inversionista principalmente ya que este recibirá todas las utilidades que brindará la operatividad del proyecto, además de los posibles clientes que también serán beneficiados debido a que la microempresa tendrá canales de distribución de carne y huevos en grandes cantidades, es decir, una comercialización directa del productor al comerciante minorista, esto generara atributos como lo que es fresca, disponibilidad y el precio.

También en la creación de la microempresa se tendrá beneficiarios indirectos como es los proveedores de los insumos que se necesita para la mantención de las aves, el mantenimiento de la empresa y las personas de la ciudad ya que se generará una nueva fuente de empleo, los comerciantes los cuales tendrán otro ingreso más a su negocio a través de los productos que se ofrecerá.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes diagnósticos.

Ibarra perteneciente a la provincia de Imbabura y capital de la misma, cuenta actualmente con 181,175 habitantes de los cuales 93,389 son mujeres y 87,786 son hombres, tanto en las parroquias urbanas como rurales. Así mismo en la cabecera cantonal Ibarra en el área urbana hay 131,856 habitantes. La ciudad de Ibarra tiene una población bastante envejecida, el 35% de la población pasa los 45 años, un 25% son menores de 25 años y el restante 40% son personas adultas de entre los 25 y los 45 años, la tasa de crecimiento poblacional está en el 1,8 % anual (INEC, 2010).

La ciudad de Ibarra se encuentra ubicada en la Región Interandina. En esta región se encuentran por lo general dos estaciones lluviosas, de febrero a mayo y de octubre a noviembre, con una primera estación muy seca entre junio y septiembre, y una segunda en diciembre a enero, con una temperatura promedio anual de 18° C (INAMHI, 2015).

Esta temperatura es ideal para una buena explotación productiva de las codornices, y por ende la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de los derivados de las codornices es viable en el sentido climático y además permitirá mejorar la calidad de vida de los ibarreños, proporcionando el desarrollo económico e impulsar el crecimiento de la economía local a través de la inversión en nuevas entidades productivas aprovechando los beneficios que actualmente el gobierno ecuatoriano está proporcionando a la formación de microempresas, uno de ellos la facilidad de acceder a financiamiento. Así, el presente proyecto pretende poner en marcha la producción y comercialización de productos

derivados de la codorniz, aprovechando todos los recursos disponibles y preservando el medio ambiente.

1.2. Objetivos del diagnóstico.

1.2.1. Objetivo general

Realizar un diagnóstico técnico situacional para identificar posibles aliados, oponentes, oportunidades y riesgos en la producción y comercialización de productos derivados de la codorniz en la ciudad de Ibarra.

1.2.2. Objetivos específicos

- Conocer el entorno geográfico donde se implementará el proyecto.
- Conocer las diferentes actividades y los aspectos socio-económicos de la ciudad de Ibarra, lugar donde se realizará el proyecto.
- Detallar los principales proveedores de insumos en la ciudad para el adecuado mantenimiento de las aves.

1.2.3. Variables diagnósticas

Entre las variables diagnósticas, mismas que son de especial interés para la realización del proyecto entre ellas tenemos:

- Situación geográfica
- Aspecto socio-económico
- Proveedores

1.3. Indicadores que definen a las variables

1.3.1. Variable: Situación geográfica

- Ubicación
- Superficie
- Clima

1.3.2. Variable: Aspecto socio-económico

- Densidad poblacional
- Educación
- Servicios básicos
- PEA
- Actividades comerciales

1.3.3. Variable: Proveedores

- Insumos

1.4. Matriz de relación diagnóstica

Objetivos	Variables	Indicadores	Técnicas	Fuentes de información
Conocer el entorno geográfico de la ciudad donde se realizará el proyecto.	Situación geográfica	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación • Superficie • Clima 	Bibliográfica	Secundaria

Conocer las diferentes actividades y los aspectos socio-económicos de la ciudad de Ibarra, lugar donde se realizará el proyecto.	Aspecto socio-económico	<ul style="list-style-type: none"> • Densidad poblacional. • Educación. • Servicios básicos • Población Económicamente Activa • Economía de la ciudad • Comercio al por mayor y menor • Industrias manufactureras 	Bibliográfica	Secundaria
Detallar los principales proveedores de insumos en la ciudad para el adecuado mantenimiento de las aves.	Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> • Alimento • Vitaminas • Empaques • Steaker • Jaulas • bebederos 	Entrevista	Primario Observación

1.5. Diseño de instrumentos de investigación

Para el levantamiento de la información básica para el desarrollo del proyecto, se reunió varias técnicas y herramientas de investigación de carácter primario y secundario, que tienen los siguientes procedimientos.

1.5.1. Información primaria

Entrevista: Dirigida a distribuidores de insumos para aves, como son TIERRAZOE, AVESTRUZ, NUTRICAMPO. También se realizó a metalmecánicas más prestigiadas en donde realizan jaulas para aves como METALICAS TUNGURAHUA y METALMECANICA VÁSQUEZ asentados en la ciudad de Ibarra, se tiene como propósito obtener información espontanea de interés para el estudio que se está realizando.

Observación: Mediante una ficha de observación realizada a los locales comerciales donde se expende el producto, para adquirir información de la salida, precio, promoción y publicidad del producto.

Todo esto se lo realizo al inicio del presente proyecto.

1.5.2. Información secundaria

Bibliográfica: Documentos informativos sobre el conocimiento de la codorniz y su proceso de crianza, toda esta información se puede obtener de libros, revistas, folletos, internet, periódicos etc. Todos ellos encaminados a contribuir al presente estudio.

1.6. Análisis de las variables diagnosticas

1.6.1. Situación geográfica

- **Ubicación**

La ciudad de Ibarra, cabecera cantonal y capital de la provincia, se encuentra, entre las coordenadas 00° 20' 00" y 78° 06' 00", ubicada a 2.228 metros s.n.m; está estratégicamente ubicada al noreste de Quito, Capital de la República a 126 Km, a 135 Km, de la frontera con Colombia, y a 185 km de San Lorenzo, en el Océano Pacífico.

- **Superficie**

El cantón Ibarra posee una superficie total de 1.162.22 Km^2 . Tiene una densidad poblacional de 131.87 hab/ Km^2 en el cantón, 1120,53 Km^2 en área rural. La zona urbana del cantón cubre la superficie de 41.68 Km^2 .

Tabla 1. Superficie del cantón Ibarra

Parroquia	Nombre	Km2	Parroquia	Nombre	Km2
Rurales	Angochagua	123,93	Urbanas	San Francisco	10,29
	La esperanza	32,69		La Dolorosa del Priorato	9,47
	San Antonio	29,07		Caranqui	6,53
	Ambuquí	139,94		El Sagrario	10,68
	Ibarra(periferia)	237,7		Alpachaca	4,71
	Salinas	39,67			
	La Carolina	308,5			
	Lita	209,46			
	TOTAL	1120,53		TOTAL	41,68

Fuente: Plan Estratégico Institucional 2010-2015, GAD Ibarra

- **Clima**

GAD Ibarra (2013), manifiesta que “Una peculiaridad del Cantón Ibarra es la variedad de microclimas que van desde el frío andino en la zona de Angochagua, hasta el tropical seco del valle del Chota, pasando por el cálido húmedo de la zona de Lita y la Carolina.

Los anuarios meteorológicos históricos (41 años) determinan una temperatura media de 15.90 °C, con una variación mínima entre los 20 y 25 °C y una mínima media entre los 7 y 11 °C.” (p.19).

1.6.2. Aspecto socio-económico

Para el desarrollo de esta variable en la ciudad de Ibarra, lugar donde se implantará la microempresa se utilizó como fuente de consulta, el INEC, SIISE, y el plan de ordenamiento territorial.

- **Densidad Poblacional**

En el censo realizado por el INEC en el 2010 nos muestra que la ciudad de Ibarra cuenta con una población total de 181.175 habitantes conformados estos por la zona urbana y rural.

La población de la zona urbana de la ciudad de Ibarra asciende a 131,856 habitantes que representa el 72,8% de la población total del cantón- En el área rural, viven un total de 49,319 habitantes, que representa el 27,2% de la población total, teniendo in índice bastante considerable de 164hab/km2.

Tabla 2. Población por género y parroquias

DESCRIPCIÓN	GENERO		TOTAL URBANO Y RURAL
	MASCULINO	FEMENINO	
Ibarra	67.165,00	72.556,00	139.721,00
La Esperanza	3.686,00	3.677,00	7.363,00
Ambuquí	2.707,00	2.770,00	5.477,00
Lita	1.788,00	1.561,00	3.349,00
Angochagua	1.510,00	1.753,00	3.263,00
Salinas	887,00	854,00	1.741,00
Carolina	1.448,00	1.291,00	2.739,00
San Antonio	8.595,00	8.927,00	17.522,00
Total habitantes			181.175,00

Elaborado por: Steven Quiroz

Fuente: INEC, 2010

En la tabla N.2 se puede evidenciar que la mayor cantidad de habitantes se encuentran alojados en la ciudad de Ibarra a diferencia de las otras parroquias del cantón, seguido de que predomina con mayor número el género femenino en relación a los hombres, siendo este un punto importante en la comercialización de productos alimenticios ya que son las directamente relacionadas con estas actividades.

- **Educación**

Gracias a la gestión que está realizando el ministerio de educación en la ciudad de Ibarra se puede evidencian un mayor ordenamiento y distribución de la educación que existe en la ciudad, debido a la unificación de las instituciones educativas; los centros de enseñanza están catalogados como los más modernos y académicamente prestigiosos. En Ibarra existen la gran

mayoría colegios religiosos que públicos, de igual forma universidades e institutos, todas sujetas un alto nivel de estudios y gran oferta académica.

Tabla 3. Universidades e Unidades educativas de la ciudad de Ibarra

PRINCIPALES UNIVERSIDADES DE IBARRA	DENOMINACIÓN
Universidad Técnica del Norte	publico
Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra	privado
Universidad Autónoma Regional de Los Andes (UNIANDES)	privado
Instituto Tecnológico Superior José Chiriboga (ITCA)	privado
PRINCIPALES UNIDADES EDUCATIVAS	
Colegio Universitario "UTN"	publico
Colegio Salesiano "Sánchez y Cifuentes"	fisco-misional
Colegio Experimental "Teodoro Gómez de La Torre" (TGT)	publico
Unidad Educativa San Francisco	fisco-misional
Unidad Educativa Ibarra (UEI)	publico
Colegio Nacional Víctor Manuel Guzmán	publico
Colegio Sagrado Corazón de Jesús "Betlemitas"	privado
Colegio La Inmaculada Concepción	privado
Colegio La Salle	privado
Colegio Oviedo	privado
Colegio Virgen del Fátima	privado
Colegio Mercedario San Pedro Pascual	privado
Colegio Juan Pablo II	privado
Colegio Diocesano Bilingüe	privado
Colegio Técnico "17 de julio"	publico
Pensionado Atahualpa (privado)	privado
Colegio de Bellas Artes (Daniel Reyes)	publico
Pensionado La Victoria	privado
Colegio Los Arrayanes	privado
Colegio Los Álamos	privado
Liceo Aduanero	privado
Colegio San Vicente Ferrer	privado
Academia Militar San Diego	privado
"Victoria" Bilingual Christian Academy	privado
Colegio Nacional Yahuarcocha	publico
Unidad educativa San Pedro Pascual	fisco-misional
Colegio Nacional Victor Manuel Peñaherrera	publico
Colegio Nacional Mideros	publico
Colegio Nacional Atahualpa	publico
Unidad Educativa "Mariano Suárez Veintimilla"	publico

Elaborado por: Steven Quiroz

Fuente: Wikipedia, 2015

En la tabla anterior podemos observar que existen más unidades educativas privadas que públicas en el cantón debido a la gran demanda de estudiantes y crecimiento poblacional que ha tenido la ciudad.

Tabla 4. Indicadores de educación

INDICADORES	PORCENTAJES
Analfabetismo	5,45%
Analfabetismo funcional	13,12%
Instrucción superior	25,71%
Primaria completa	89,46%
Secundaria completa	48,18%

Elaborado por: Steven Quiroz
Fuente: SIISE, 2016

Según nos muestra la tabla N.4 el analfabetismo es un porcentaje muy pequeño y que la mayoría de habitantes por lo menos ha terminado la instrucción primaria y culminarla, es lo que se puede decir de los indicadores más fuertes.

- **Servicios básicos**

- **Agua**

Según datos que nos supo manifestar la empresa pública de agua y alcantarillado de Ibarra el 64,6% de las viviendas a nivel cantonal cuentan con el servicio de agua potable de las cuales el 35,4% solo cuenta con el servicio de agua a través de pozo, de río o acequia, carro repartidor u otro. Siendo la parroquia más crítica Lita con el 64% de las viviendas que no cuentan con el servicio de agua potable.

Es importante destacar que el 95% de las viviendas en la cabecera cantonal cuentan con el servicio de agua potable, lo que es lamentable es la existencia de sectores urbanos que cuentan con este servicio y mantienen niveles muy bajos de ocupación de suelo.

➤ **Eliminación de aguas servidas**

El 57% de las viviendas en el cantón no cuentan con alcantarillado, siendo la parroquia de Angochagua la más crítica ya que apenas el 13% de las viviendas cuentan con este servicio. En el área urbana la existencia de un sistema combinado de alcantarillado, que integra aguas servidas con aguas lluvias viene a ser un problema sobre todo en la época invernal donde la red tiende a colapsar.

➤ **Eliminación de basura**

Apenas el 39,6% de las viviendas en el cantón cuentan con el servicio de recolección de basura teniendo la cabecera cantonal el 89% del servicio siendo el área mejor servida, la parroquia de Angochagua por el contrario cuenta apenas con el 2% de viviendas que adquieren el servicio de recolección de basura.

➤ **Acceso a teléfono fijo**

El cantón Ibarra, según los datos del censo de población y vivienda 2010, el acceso de los hogares a los servicios de teléfono residencial en la ciudad de Ibarra, tiene un 61,2 % de acceso; sin embargo en el sector rural, el mayor acceso es en las parroquias de San Antonio 49,32% y Salinas 48,39%. Tomando en cuenta que la población existente en estos dos espacios es muy diferente, San Antonio es 11 veces más poblado que Salinas. A su vez, las demás parroquias rurales tienen en promedio menor del 32,08 % que le corresponde a la parroquia Carolina, el resto de las parroquias rurales, tienen un acceso menor a 30% donde están La Esperanza 25,23 %, Ambuquí 29,83 %, Angochagua 22,84 %, siendo la parroquia menos servida es Lita con un acceso del 8,09% (INEC 2010).

A nivel cantonal, el 47% de las viviendas cuentan con el servicio de teléfono fijo ofertado por la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT). De esta manera se pone en evidencia la carestía del servicio telefónico y por ende de las redes en todo el cantón (INEC, 2010).

➤ **Acceso a telefonía celular**

El acceso al servicio telefónico móvil es alto en el Cantón, el 82% de las residencias utilizan este servicio, frente al 47% que acceden al servicio telefónico convencional.

Las parroquias rurales utilizan más este servicio que el convencional, debido a la cobertura que ofrecen. El número de residencias en las parroquias rurales con el servicio de telefonía fija se ve duplicado con el de residencias que cuentan con el servicio celular, esto lo podemos observar en la parroquia de Ambuquí que apenas 389 casas cuentan con teléfono convencional, frente a 940 residencias que al menos disponen de un teléfono celular (INEC, 2010).

➤ **Acceso a internet**

De acuerdo al Censo de Población y Vivienda realizado en el 2010, apenas el 13% de las residencias acceden al servicio de internet, este fenómeno responde a dos circunstancias una de gestión y la otra económico – social, puesto que existe un déficit en la infraestructura de cableado para internet especialmente en el sector rural, así como también la baja capacidad económica de la población para comprar o acceder a un computador (INEC, 2010; GAD IBARRA).

El Gobierno Provincial de Imbabura ha dotado de centros de informática con acceso a internet (INFOCENTROS) en todas las parroquias rurales del Cantón, lo que ha mejorado el acceso a este servicio.

➤ **Energía Eléctrica**

En el cantón Ibarra, el 99% de las viviendas acceden al servicio eléctrico.

• **Población económicamente activa**

Son económicamente activas las personas en edad de trabajar (10 años y más) que: trabajaron al menos una hora durante el período de referencia de la medición (por lo general, la semana anterior) en tareas con o sin remuneración, incluyendo la ayuda a otros miembros del hogar en alguna actividad productiva, en un negocio o finca del hogar.

La PEA es el principal indicador de la oferta de mano de obra en una sociedad. Las personas económicamente activas son todas aquellas que tienen edad para trabajar (v. Población en edad de trabajar), están en capacidad y disponibilidad para dedicarse a la producción de bienes y servicios económicos en un determinado momento. Incluye a las personas que trabajan o tienen trabajo (ocupados) y a aquellas que no tienen empleo pero están dispuestas a trabajar (desocupados). Son inactivos quienes no están en disponibilidad de trabajar ya sea por edad, incapacidad o decisión propia.

Tabla 5. Población económicamente activa

DESCRIPCIÓN	PEA	%
Sector agropecuario	9367	12%
Sector industrias	15630	19%
Sector servicios	46855	58%
Otros	8817	11%
Total	80669	100%

Fuente: INEC

Elaborado por: El autor

Es esencial saber que la tasa de desempleo actual publicada en el último censo poblacional por parte del INEC se encuentra por 2,99% en el cantón Ibarra, el sector agropecuario se concentra el 12% del total de la población económicamente activa, el sector industrias con el 19% que representan a 15,630, el sector servicios se concentra el 58% que representa 46,855 y por último el sector otros que representan el 11% que representan 8817 habitantes.

Tabla 6. Referencias del crecimiento de la PEA

PARROQUIA	PEA								
	PEA TOTAL	SECTOR AGROPECUARIO		SECTOR INDUSTRIAS		SECTOR SERVICIOS		OTROS	
		NUMERO DE CASOS	% DE CASOS	NUMERO DE CASOS	% DE CASOS	NUMERO DE CASOS	% DE CASOS	NUMERO DE CASOS	% DE CASOS
Ambuquí	2239	897	40,06%	130	5,80%	737	32,90%	477	21,30%
Angochagua	1182	483	40,86%	273	23,10%	184	15,60%	242	20,50%
Carolina	1061	833	78,50%	29	2,70%	88	8,30%	111	10,50%
Ibarra	63984	4637	7,25%	11469	17,93%	41304	64,55%	6419	10%
La Esperanza	2759	378	13,70%	1015	36,80%	968	35,10%	400	14,50%
Lita	1206	807	66,92%	66	5,50%	180	14,90%	153	12,70%
Salinas	717	346	48,26%	53	7,40%	221	30,80%	97	13,50%
San Antonio	7521	986	13,11%	2595	34,50%	3174	42,20%	918	12,20%
TOTAL CANTÓN	80669	9367	12,00%	15630	19%	46855	58%	8817	11%

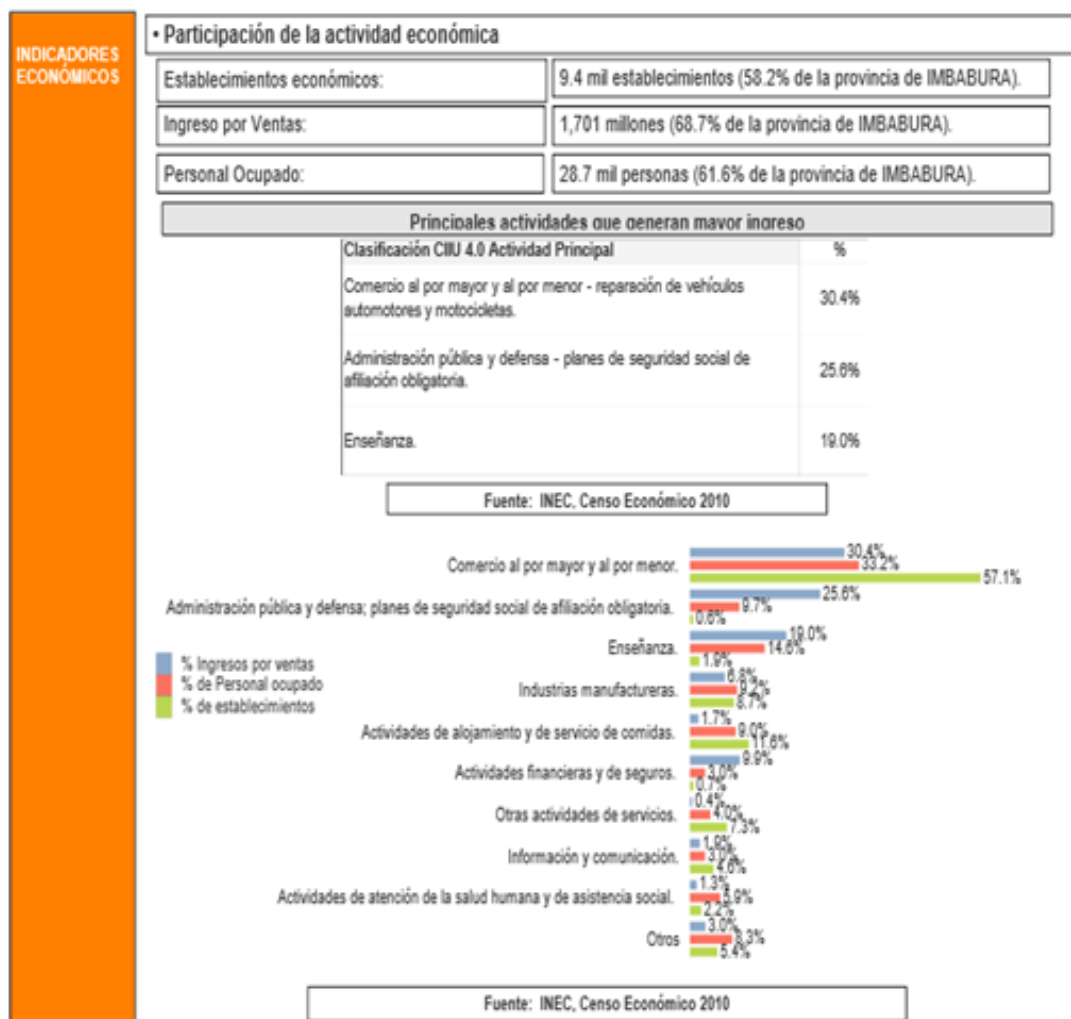
Fuente: INEC 2016

Elaborado por: Steven Quiroz

- **Economía**

De acuerdo al censo realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en el año 2010, en Ibarra existen 9,4 mil establecimientos representando al 58,2% del total de la provincia de Imbabura, los cuales generan ingresos por ventas de 1,701 millones teniendo una plaza ocupada de 28,7 mil personas, como lo representamos en la siguiente ilustración.

Ilustración 1. Actividades Económicas



Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Steven Quiroz

Del cuadro podemos determinar que las personas de la ciudad de Ibarra se dedican más al comercio al por mayor y menor y a la enseñanza que a las demás actividades.

En relación a la nueva microempresa a implantarse, podemos deducir que tenemos poca competencia en el sector y por investigación directa entrevistando a principales abastecedores de insumos se pudo determinar que existen muchos locales en donde venden los insumos para el buen cuidado de las codornices, siendo los principales locales y los mejores para la microempresa en el almacén llamado TIERRA ZOE y AVESTRUZ Ubicados en la AV.

Mariana acosta esquina y Fray vacas Galindo y AV Eugenio espejo y Rafael Larrea Andrade respectivamente.

En lo que respecta a la construcción de jaulas se pudo evidenciar que los lugares que las realizan bajo pedido son METALMECÁNICA VÁSQUEZ que se encuentra ubicado en las calles Luis Felipe Borja y José Ignacio Burbano, METÁLICAS TUNGURAHUA que se encuentra ubicado en la Av. Fray Vacas Galindo y alias Almeida siendo las que más conocen al respecto de las jaulas para codornices.

1.7. Análisis del diagnóstico situacional externo

1.8. Resultados del diagnóstico

Tabla 7. Matriz aliados, oponentes, oportunidades, riesgos (AOOR)

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> • Avicultores y veterinarios desempleados que cuentan con experiencia en crianza de codornices en la ciudad. • Infraestructura adecuada. • Facilidades de adquirir insumos y materiales para la producción. • Predisposición del personal para trabajar en el proyecto. 	<ul style="list-style-type: none"> • La inversión que se realice en el proyecto corre el riesgo de pérdida, en el caso del manejo inadecuado de los recursos. • Dependencia del personal con conocimientos en el manejo de codornices. • El producto no es de consumo masivo • Aparecimiento de enfermedades como la gripe que es la más común en las aves.
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> • La oferta actual no cubre la demanda del producto. • La ubicación geográfica es la 	<ul style="list-style-type: none"> • Difícil acceso a financiamiento con bajas tasas. • Incremento de los productos sustitutos.

adecuada para la crianza de las aves. • Crecimiento constante de la población de Ibarra. • Disponibilidad de servicios básicos en la zona en donde se va a producir.	• Débil imagen del producto en el mercado local.
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------

Elaborado por: Steven Quiroz

1.9. Determinación de la oportunidad de la inversión

Luego de haber realizado el diagnóstico situacional se puede identificar que el presente proyecto es de mucha importancia en el mercado local debido a que este en su mayoría se dedica a actividades relacionadas con el comercio y la agricultura.

Por ende la creación de esta nueva actividad productiva en la ciudad de Ibarra es favorable debido a que posee las características geográficas adecuadas para la producción y crianza de la codorniz, sin embargo el hecho de ser una empresa nueva y el escaso conocimiento acerca del producto por parte de la población se convierte en una debilidad potencial a la nueva microempresa, no obstante existe una oportunidad al saber que la oferta existente no cubre la demanda que tiene el producto en la localidad y que el mismo es un mercado en crecimiento, por lo tanto surge la inquietud de realizar el presente ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS DERIVADOS DE LA CODORNIZ EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA, para analizar la viabilidad del mismo.

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. La empresa

Mercedes (2013), señala que empresa es: “una entidad compuesta por capital y trabajo que se dedica a actividades de producción, comercialización y prestación de bienes y servicios a la colectividad” (p.3).

Esto lleva a concluir que la empresa es una entidad de producción legalmente constituida por personas, bienes y materiales los cuales están ubicados en un lugar determinado para satisfacer necesidades existentes en la sociedad, con la finalidad de obtener una utilidad o beneficio.

Existen algunos criterios para la clasificación de las empresas, sin embargo se consideran más útiles las siguientes:

- a) Según su naturaleza
 - Industriales
 - Comerciales
 - Servicios
- b) Según el sector al que pertenecen
 - Públicas
 - Privadas
 - Mixtas
- c) Según la integración de capital
 - Unipersonales

- Colectivas

2.2. Microempresa

Servulo (2010), define a la microempresa como “toda aquella organización o grupo que realiza actividades comerciales e industriales y que provee bienes y servicios para mantener y mejorar la calidad de vida de las personas” (p. 56).

La microempresa es una organización económica donde se combinan los factores productivos para generar los bienes y servicios que una sociedad necesita para poder satisfacer sus necesidades, por lo que se convierte en el eje de la producción, posee una magnitud relativamente pequeña, administrada generalmente por su propietario, la cual está orientada a la producción y comercialización de productos o servicios mediante la utilización de recursos para satisfacer las demandas de un grupo social a nivel local, la finalidad constituye en la generación de ingresos económicos para cubrir sus necesidades.

Dentro de la clasificación de las microempresas podríamos determinar las siguientes:

- Microempresa de producción

Son aquellas que transforman la materia prima en un producto terminado.

- Microempresa comerciales

Estas se dedican a la compra y venta de artículos que se encuentran listos para la venta, estos no necesitan otros procesos para ofrecer en el mercado.

- Microempresas de servicios

Se dedican a la venta del servicio que estas prestan.

Las microempresas tienen ciertas características que las definen como tal, entre ellas tenemos:

- El propietario o propietarios de la microempresa laboran en la misma.
- El valor total anual de las ventas no excede de doce unidades impositivas tributarias.
- Realiza actividades de autoempleo o que tengan hasta 10 colaboradores
- Actividades registradas en una organización gremial micro empresarial.
- Su estructura jurídica se asemeja a las sociedades de personas y eventualmente a las sociedades anónimas.
- Tiene la tendencia a mantenerse en los sitios donde iniciaron su actividad originalmente.
- El objetivo predominante es el mercado local y eventualmente el regional.
- Crece principalmente a través de la reinversión de sus utilidades.
- Carece de una estructura formal de organización.
- Son un soporte al desarrollo de grandes empresas.
- Generalmente no cuentan con personal capacitado.
- Existe una estrecha relación entre el microempresario y la comunidad.

La importancia del sector microempresarial de un país, lo constituye su contribución desarrollo como medio para adelantar procesos eficientes de distribución del ingreso y generación de empleo.

Las microempresas son vistas como una nueva y potente alternativa para enfrentar problemas de empleo, desigualdad y pobreza a escala nacional y mundial.

El formar una microempresa conlleva ciertas ventajas como:

- Al igual que la pequeña y mediana empresa es una fuente generadora de empleos.
- Se transforma con gran facilidad por no poseer una estructura rígida
- Son flexibles, adaptando sus productos a los cambios del mercado.
- Disponibilidad geográfica, adaptabilidad del producto al mercado.
- Transformación rápida, toma de decisión rápida.

2.3. La codorniz

Es un ave pequeña y de un cuerpo gordo o inflado, que mide entre 19 y 23 cm de largo y pesa entre 110–190gr el macho. A diferencia de otras aves las codornices tienen las alas y patas cortas provocando que en tierra vayan dando saltos cortos para desplazarse. Su plumaje es pardo y un poco amarillento, posee una característica especial en las plumas que son manchadas de pintas de color negro u marrón. Presenta una lista superciliar blanquecina en la parte central. Su pico conserva las características de un granívoro propio es de color marrón en la parte superior y bastante más claro en la inferior.

Se puede distinguir fácilmente al macho de la hembra. Los machos tienen la garganta de color blanco con listas marrones alrededor de la cabeza. La hembra tiene la garganta de color marrón claro su plumaje en el sector del pecho se encuentra con manchas de color negro. También se los puede distinguir un sexo de otro en el tamaño ya que relativamente la hembra es más grande que el macho, dándole una característica única a este por su canto que es distinguible de las demás hembras.

La codorniz es un ave conocida por cazadores y gastrónomos, esta especie pertenece al grupo de las gallináceas, género coturnix, es un ave pequeña, ágil, algo rechoncha y la cabeza pequeña tiene aproximadamente unos 15 a 23 cm de largo, alas pequeñas y puntiagudas su lomo y alas son de color pardo terroso, con rayas y jaspeado de color marrón intenso.

Es un animal sedentario, a pesar de los hábitos migratorios de las especies salvajes, lo que ha permitido su cría y explotación en cautiverio y en espacios reducidos.

Existen distintas razas de codornices, según el criterio productivo.

- Codornices destinadas a la producción de carne
- Codornices destinadas a la producción de huevos
- Codornices de doble aptitud (Carne y huevos)
- Codornices ornamentales (Criadas por su belleza)
- Codornices de vuelo, destinadas a la caza

Para la producción de carne existen actualmente varias líneas registradas, las más importantes son:

- Bobwhite
- Texas quail
- Giant Brown
- Giant white

La codorniz japonesa (coturnix coturnix japónica) es la de mejor aptitud en cuanto a la producción de huevos, pone huevos más grandes que la codorniz común.

En las codornices con doble aptitud, existen algunas como:

- Pharaon

- Old english
- Tibetana
- Japónica

Estas tienen una buena capacidad de puesta y un peso importante para comercializar la carne.

La codorniz es originaria de China y Japón. Se explota actualmente en Francia, Alemania, Inglaterra, Italia, Estados Unidos, Venezuela y Colombia. Las codornices son aves de tamaño pequeño; el macho presenta la garganta de color canela intenso o marcada con algo de negro en la barbilla. El color canela oscuro llega hasta las mejillas y el abdomen; la hembra es de color crema claro con manchas punteadas de color café o negro en el pecho durante toda su vida.

Alcanzan su madurez sexual en breve tiempo. Es así como los machos la obtienen a las 5-6 semanas de nacidos, es decir de 35 a 42 días y las hembras comienzan postura a los 40 días de nacidas. El peso de 110 a 190 gramos lo obtiene al completar su desarrollo y para ello solo requiere 8 semanas. A esta edad los ejemplares de engorde deben ser sacrificados para su venta.

La codorniz al igual que cualquier animal no están exentas de enfermedades, por ello entre las más comunes tenemos:

- La Coriza, pueden presentarse en cualquier momento brotes producidos por coccidias, parásitos internos o externos o por virus.
- El canibalismo se presenta cuando los animales están muy en espacio, es decir cuando las jaulas o corrales están sobre cargados de población.
- En todo caso, si se observa la aparición de cualquier enfermedad, se deberán llevar los animales enfermos a un análisis con veterinario.

Un factor importante en la producción y un menor riesgo en la pérdida de aves, son las condiciones ambientales, es decir la temperatura, humedad, luz, etc. Se puede decir que la codorniz es un ave bastante fuerte a las condiciones ambientales, pero al producirlas en zonas que tienen climas de entre los 18° y los 30°C, además de una humedad relativa de entre 60 y 65% se obtiene mejores resultados.

Son muy sensibles a las temperaturas frías por lo que no se recomienda su explotación en lugares fríos especialmente en las noches.

Las jaulas deberán estar en galpones abrigados y sin corrientes de aire, la mejor ubicación es un lugar fresco con suficiente iluminación, en lo posible un contorno de plástico transparente o vidrio para que las aves reciban la luz en la mañana.

También necesitan estar lo más alejadas posibles de ruidos que pueden ser producido por vehículos, aviones, buses, animales domésticos (perros) o cualquier otro ruido ya que este afecta directamente al tamaño de los huevos. Para una mejor producción se recomienda que el albergue de las aves sean en módulos de 4 baterías una encima de otra, cada jaula de cuatro baterías con la capacidad de albergar 50 aves así serán 200 aves por cada jaula.

2.4. Estudio de mercado

Urbina (2013) Manifiesta: “Se denomina a la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización”. (p.5).

Podemos decir que el estudio de mercado es el proceso sistemático de recolectar información acerca de clientes, mercado y competidores. Puede ser utilizado para determinar que porción de la población comprar el producto, basado en variables como el género, edad, ubicación y nivel de ingresos, también puede implicar en este descubrir cómo actúan las personas y una vez que la investigación este completa, se puede utilizar para determinar cómo comercializar el producto.

Mercado meta se refiere a una selección de un conjunto de consumidores al cual se quiere llegar.

Según Kotler P & Amstrong G (2010), definen a la segmentación de mercado “consiste en un conjunto de compradores que tienen necesidades y/o características comunes a los que la empresa u organización decide servir” (p.85).

La segmentación del mercado se la desarrolla para definir a los compradores, los cuales se diferencian de diferentes maneras ya sea por deseo, necesidad, ubicación, hábitos de compra, ingresos con el fin de satisfacer sus necesidades.

Palao J & Gomez V(2010), definen “División del mercado en grupos individuales con necesidades, características y comportamientos comunes que podrían requerir productos o combinaciones de marketing específicas” (p.62).

Urbina (2013) Menciona: “La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”. (p.54).

Este concepto nos da a entender que oferta es la cantidad de bienes y servicios que los productores están dispuestos a ofrecer al mercado a un determinado precio o posibles precios del mercado.

Méndez (2009) Define: “La demanda es la cantidad de mercancías que pueden ser compradas a los diferentes precios por un individuo o por el conjunto de individuos de una sociedad”. (p.309).

Podemos decir que la demanda es una relación entre dos variables 1) el precio de un bien determinado y 2) la cantidad del bien que los consumidores estén dispuestos a comprar a ese precio durante un periodo específico, manteniéndose constantes todos los demás factores.

- Demanda real

Es la cantidad de clientes que consumen un producto, la fórmula para calcularla es $Q_r = Q_t - Q_p$ en donde

Q_r es la cantidad de demandantes real.

Q_t es la cantidad de demandantes total.

Q_p es la cantidad de demandantes potenciales.

- Demanda potencial

Esta nos indica la máxima demanda posible que se le puede dar a un producto en un mercado determinado, la fórmula para calcularla es $Q = npq$, en donde:

Q es la demanda potencial.

N es el número de compradores posibles para un producto.

q cantidad promedio de consumo per-cápita en el mercado.

- Demanda Insatisfecha

Es la demanda que no ha sido cubierta en el mercado la cual puede abastecerse con el nuevo productor, la fórmula para calcularla es $D = O_p - D_p$ en donde:

D es la demanda insatisfecha.

O_p es la oferta potencial.

D_p es la demanda potencial.

Parkin M (2010), define “precio de un bien regula las cantidades demandadas y ofrecidas del mismo. Si el precio es demasiado alto, la cantidad ofrecida excede a la cantidad demandada. Si el precio es demasiado bajo, la cantidad demandada excede a la cantidad ofrecida” (p.60).

El precio es el valor monetario que se le asigna a un producto al momento de ofertarlo al consumidor y, por tanto, el valor que el consumidor debe pagar a cambio de obtener dicho producto.

2.5. Estudio técnico

Urbina (2013) Dice “Puede subdividirse a su vez en cuatro partes, que son: Determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal”. (p.6).

Este se lo realiza una vez finalizado el estudio de mercado, que nos permite obtener la base del cálculo financiero y la evaluación económica de este proyecto.

Padilla (2010) Establece: “Es el análisis de las variables (factores) que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo” (p.222).

Se puede decir que la localización del proyecto es lograr una posición de competencia basada en ubicar la microempresa en un lugar donde los costos sean menores y se brinde con mayor rapidez el servicio. Es bueno pensar a largo plazo debido a que una vez entablada la empresa es muy difícil cambiarse de lugar.

Urbina (2013) Dice: “la ingeniería del proyecto resuelve todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta”. (p.112).

La ingeniería de un proyecto se refiere a la determinación de los aspectos de gran importancia para la ejecución del proyecto como determinar los procesos productivos, estructurar las obras civiles relacionadas con la infraestructura física, servicios básicos, que se requieren para la correcta realización del proyecto

En si la ingeniería del proyecto tiene como objetivo resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta de producción.

El proceso productivo es aquella serie de operaciones que se llevan a cabo y que son necesarias para completar la producción, mediante la participación de una determinada tecnología (combinación de mano de obra, maquinaria) dicho de otra forma un proceso productivo es el conjunto de operaciones que mediante recursos técnicos y humanos transforman la materia prima en un producto, además el proceso productivo puede realizarse de manera artesanal o industrial. La tecnología nos permite la aplicación de conocimientos y

habilidades con el objetivo de conseguir una solución a un problema determinado hasta lograr satisfacer una necesidad, la tecnología por sí misma no resulta ni buena ni mala. Se puede utilizar la tecnología para mejorar la productividad, disminuir esfuerzos en especial los físicos y mejorar la calidad de vida, pero también la tecnología puede causar diferencias sociales, contaminar el medio ambiente y provocar la desocupación de varios puestos de trabajo.

Para lograr establecer una microempresa esta necesita de financiamiento en donde este es el medio por el cual una persona o una empresa obtienen recursos para un proyecto específico para solventar gastos como adquirir bienes y servicios, pagar proveedores, etc. Por medio del financiamiento la microempresa puede mantener una economía estable, y a futuro llegar a expandirse.

Al igual que el financiamiento es de gran importancia el talento humano en una microempresa, ya que es la capacidad de una persona para entender y comprender de manera inteligente la forma de desempeñarse en una determinada ocupación, asumiendo sus habilidades, destrezas, experiencias y aptitudes propias.

2.6. Estudio financiero

El objetivo principal de realizar un análisis financiero es de aclarar los hechos económicos generados por la actividad normal de la empresa, por ende nos entrega respuestas a todas aquellas preguntas en torno a la situación patrimonial, financiera y económica de la microempresa en el presente y su proceso a corto y mediano plazo.

Para lograr un buen estudio financiero necesitamos de un buen presupuesto en donde se realiza una previsión o estimación de gastos, con el objetivo de cumplir una meta prefijada, en

la microempresa se realizará con periodicidad un presupuesto financiero para evaluar el estado económico.

Mercedes (2013) Establece: “Se elabora al finalizar el periodo contable con el objeto de determinar la situación económica de la empresa”. (p.191).

Es una forma de mostrar las variaciones del capital en un determinado ejercicio económico. Relación de todos los ingresos, costos o pérdidas ocurridas en un ejercicio económico con la finalidad de establecer la utilidad o pérdida del proyecto.

Empezando por la inversión el cual es una colocación de capital para obtener una ganancia futura

Urbina (2013), define la inversión inicial como “comprende la adquisición de todos los activos fijos tangibles y diferidos o intangibles necesarios para las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo” (p.109).

Ingresos

Palao J & Gomez V (2010), definen ingreso como: “Es el dinero o cualquier otra ganancia o rendimiento de naturaleza económica, obtenido durante cierto periodo de tiempo” (p.20).

Estos son el resultado de las ventas realizadas por la microempresa con el fin de tener utilidades para el crecimiento de la microempresa.

Costo

En este está representado el gasto económico ocasionado por la producción de algún bien, en el caso de este proyecto la producción de carne y huevos de codorniz, para este concepto se incluye la compra de insumos, pago de mano de obra directa e indirecta.

Gasto

Este rubro lo realiza la microempresa con el fin de administrar adecuadamente un proceso productivo, así como también ejecutar las labores de venta, promoción y distribución del producto, todo esto para llevar a cabo la armonía y calidad del producto final y no ser un obstáculo para seguir generando utilidades.

2.6.1. Evaluadores financieros

El flujo de caja o el flujo de efectivo es un documento que nos permite dejar en claro cómo se moverán los recursos financieros del proyecto, es decir los ingresos y los egresos, durante su ejecución. Puede determinarse por semana, mes u otro periodo convencional. (Rivera Martínez & Hernández Chávez, 2010, pág. 165)

El flujo de caja nos provee información sobre los movimientos de ingresos y egresos de efectivo de la microempresa durante un periodo de tiempo.

Urbina (2013), argumenta: “La tasa interna de retorno de un proyecto es la tasa de descuento por el cual el VPN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”. (p.209).

El cálculo de este indicador nos permite saber el nivel de rentabilidad que vamos a obtener en el proyecto, a mayor TIR mayor rentabilidad.

Urbina (2013) Define: “Es el valor monetario que se resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”. (p.208).

El valor presente neto nos permite determinar si una inversión es viable o no. Si es positivo nos indica que la inversión tendrá un incremento de las ganancias en el futuro, si es negativo nos indicara que en el futuro no tendremos ganancias y si es igual a cero nos indica que no tendremos ni pérdidas ni ganancias en el futuro.

El análisis costo/beneficio, determina la conveniencia en términos monetarios al relacionar los costos y beneficios derivados directa o indirectamente en relación al impacto financiero y económico del proyecto Fernandez M, (2006).

El periodo de recuperación de la inversión es el tiempo que le toma al inversionista o la organización recuperar los recursos invertidos en un proyecto, idea, negocio o empresa; se calcula mediante la aplicación de la siguiente fórmula Fernandez M, (2006).

$$PRI = \frac{\text{Costo del proyecto (inversion)}}{\text{Ingreso promedio anual}}$$

2.7. Impactos

Impacto económico

Se entiende a este porque está definido con precisión, basándose en indicadores normalizados en los que se considera la balanza de pagos, tecnología, el comercio de bienes y la innovación. Se mide este impacto por los recursos que se gasta en el proyecto y por los recursos que se generarán después de haber realizado el proyecto.

Impacto ambiental

Entendemos por impacto ambiental al efecto causado por una actividad humana sobre el medio ambiente.

Impacto social

Este impacto se refiere a los efectos que la intervención planteada tiene sobre la comunidad en general.

CAPITULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Identificación del producto

Huevos

La codorniz a lo largo de vida productiva produce alrededor de 300 huevos en el año en un promedio normal de postura, esto representa el 80 % de producción en un lote de ave; es decir, si en un lote están albergadas 1000 codornices productoras estas tendrán la capacidad de producir 800 huevos diarios.

Los huevos de codorniz, contienen una variedad de nutrientes los cuales son beneficiosos para el ser humano, poseen grandes beneficios para la salud además de vitaminas, a pesar de que su tamaño no es considerable se podría decir que son más nutritivos y saludables que los de otras especies.

En proporción los huevos de codorniz tienen más cantidad de calcio, proteínas, vitaminas y hierro que los huevos de gallina. Además de contener menos colesterol y grasa.

Un huevo de codorniz pesa en promedio 10 gr con un aporte calórico de 14, siendo fuente de omega 3.

Dentro de los beneficios que aportan a la salud los huevos de codorniz se puede decir que ayuda a combatir algunas enfermedades tracto digestivas y ulceras del estómago, reforzando el sistema inmune, aumentando la actividad cerebral, estabilizar el sistema nervioso además de disminuir la anemia al aumentar los niveles de hemoglobina eliminando las toxinas dañinas para el cuerpo.

Ilustración 2. Tabla nutricional huevos de codorniz

Huevo de codorniz					
Aporte por 1 unidad (10,00 gr.)					
Aporte por ración		Minerales		Vitaminas	
Energía [Kcal]	15,50	Calcio [mg]	6,40	Vit. B1 Tiamina [mg]	0,04
Proteína [g]	1,31	Hierro [mg]	0,37	Vit. B2 Riboflavina [mg]	0,08
Hidratos carbono [g]	0,04	Yodo [mg]	1,30	Eq. niacina [mg]	0,35
Fibra [g]	0,00	Magnesio [mg]	1,30	Vit. B6 Piridoxina [mg]	0,02
Grasa total [g]	1,12	Zinc [mg]	0,15	Ac. Fólico [μg]	6,60
AGS [g]	0,31	Selenio [μg]	3,20	Vit. B12 Cianocobalamina [μg]	0,16
AGM [g]	0,49	Sodio [mg]	14,10	Vit. C Ac. ascórbico [mg]	0,00
AGP [g]	0,13	Potasio [mg]	13,20	Retinol [μg]	9,00
AGP /AGS	0,04	Fósforo [mg]	0,00	Carotenoides (Eq. β carotenos) [μg]	0,00
(AGP + AGM) / AGS	0,20			Vit. A Eq. Retinol [μg]	9,00
Cholesterol [mg]	84,40			Vit. D [μg]	0,51
Alcohol [g]	0,00				
Agua [g]	7,53				

Ácidos grasos

Mirístico C14:0 [g]	0,01	Palmitoleico C16:1 [g]	0,05	Araquidónico C20:4 [g]	0,01
Palmitico C16:0 [g]	0,21			Eicosapentaenoico C20:5 [g]	0,00
Esteárico C18:0 [g]	0,09	Oleico C18:1 [g]	0,44		
Omega 3 [g]	0,02	Linoleico C18:2 [g]	0,10	Docosapentaenoico C22:5 [g]	0,00
Ac. Grasos cis	0,00	Linolénico C18:3 [g]	0,01		
AGP cis	0,13	Omega 6 [g]	0,11	Docosahexaenoico C22:6 [g]	0,01
		Ac. Grasos trans	0,00		
		AGM trans	0,00	Omega 3/ Omega 6	0,01
				AGM cis	0,49
				AGP trans	0,00

Aminoácidos

Alanina [mg]	73,90	Glicina [mg]	42,10	Prolina [mg]	50,20
Arginina [mg]	81,00	Histidina [mg]	30,50	Serina [mg]	96,20
Ac. aspártico [mg]	125,50	Isoleucina [mg]	79,10	Tirosina [mg]	52,60
Ac. glutámico [mg]	161,20	Leucina [mg]	111,10	Treonina [mg]	62,10
		Lisina [mg]	85,40	Triptófano [mg]	20,30
Cistina [mg]	30,10	Metionina [mg]	40,80	Valina [mg]	91,10
Fenilalanina [mg]	71,40	Hidroxiprolina [mg]	0,00		

Fuente: (www.dietas.net, 2014)

La forma más común de consumir huevos de codorniz es poniéndole en agua a hervir durante un periodo promedio de 10 minutos, además se los puede consumir crudos de preferencia acompañado en un jugo batidos conjuntamente con los huevos de codorniz.

Ilustración 3. Huevos de codorniz



Fuente: investigación directa

Carne

Esta carne es muy apreciada en recetas gastronómicas a nivel mundial, al ser una carne jugosa con sabor agradable, los expertos en la materia gastronómica afirman que la carne más jugosa y viscosa proviene de ejemplares sin maltrato alguno y alimentados de forma adecuada debido a que el sabor del ave depende de ello.

La carne de codorniz presenta un menor índice de calorías por el hecho de que tiene bajos niveles de grasa, aportando así un contenido bajo en colesterol, posee vitaminas como la B1, B2 Y B6 además, debido a su alto contenido en proteínas de buena calidad, la carne de

codorniz es un alimento ideal para todas aquellas personas que deseen desarrollar sus músculos (por ejemplo, que habitualmente se encuentren siguiendo una rutina deportiva y de ejercicios físicos para conseguir este fin).

Tabla 8. Propiedades nutricionales carne de codorniz

PROPIEDADES NUTRICIONALES	
Calorías	106 kal
Proteínas	23 g
Hidratos de carbono	Trazas
Grasas totales	1,6 g
Colesterol	0,5 g

VITAMINAS		MINERALES	
Vitamina B1	0,02 mg	Calcio	0,046 g
Vitamina B2	0,35 mg	Magnesio	0,036 g
Vitamina B3	0,006 g	Hierro	0,0077 g
Vitamina B6	0,07 mg		
Vitamina B12	0,0022 g		
Vitamina C	0,001 g		
Vitamina D	1,1 ug		
Vitamina E	0,4 mg		

Elaborado por: Steven Quiroz

Fuente: (www.dietas.net, 2014)

Además, es un alimento ideal para los más pequeños, precisamente por su riqueza proteica y sus bajos contenidos en grasa, calorías y colesterol. Precisamente por estos motivos también su consumo es adecuado en la dieta del embarazo.

Ilustración 4. Carne de codorniz



Fuente: investigación directa

3.1.1. Productos sustitutos

El principal producto sustituto para la codorniz son los derivados de la gallina en cuanto a huevos y carne.

3.2. Mercado meta

El mercado meta es la población de la ciudad de Ibarra, siendo constituido por toda la población de la ciudad que buscan alimentos de calidad y a un buen precio, que pertenezcan o dependan de una persona que se encuentre dentro PEA, que en base a la proyección del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC) es de 181.175.

3.3. Segmento del mercado

Para el segmento del mercado se tomó en cuenta los ciudadanos ibarreños que están en la clase media, medio - alta y alta de la zona urbana que según la última proyección realizada por el Instituto de estadísticas y censo es de 131,856 habitantes de los cuales se identifica la población de la zona urbana de la ciudad de Ibarra, es decir tanto la población que adquiere los derivados de codorniz como las que optarían por adquirirla, del cual por estrato económico y social investigado en las parroquias de San Francisco, El sagrario y Caranqui fue de 71,610 habitantes.

3.4. Mecánica operativa

3.4.1. Identificación de la población y muestra

Para el estudio de mercado se tomó en cuenta la población representado por familias en la ciudad de Ibarra, que, según los datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, una familia se compone de 4 miembros; por lo tanto para determinar las familias se dividió entre cuatro dando como resultado las familias a investigar que son 17,903.

Tabla 9. Familias zona urbana de Ibarra

POBLACIÓN	# DE PERSONAS
Sector urbano de la ciudad de Ibarra	131856
Población parroquias San Francisco, El Sagrario y Caranqui	71610
integrantes de una familia	4
Familias de clase social media, medio-alto y alto de la ciudad de Ibarra	17903

Elaborado por: Steven Quiroz

Fuente: INEC

La población de investigación serán las familias de la ciudad de Ibarra, el cual es de 17,903. Mayor a 100 por lo que para calcular el tamaño de la muestra de la población se utilizará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * Z^2 * P * Q}{e^2(N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

Datos del tamaño de la muestra

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población 17,903

P= Valor de éxito 50%

Q= Valor de fracaso 50%

Z= Z crítico o tipificado 1,96

Nc= Nivel de confianza 95%

e= Error 5%

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

Reemplazando tenemos:

$$n = \frac{17,903 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2(17,903 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{17,194}{45,72}$$

$$n = 376$$

3.4.2. Técnicas e instrumentos

Información primaria

Mediante la investigación de campo se logró obtener información precisa para el desarrollo del proyecto la cual se obtuvo a través._

- Encuesta: fue aplicada a las familias de la ciudad de Ibarra de clase social media, medio-alto y alto.
- Entrevista: se visitó los lugares en donde se oferta el producto y a los productores de los mismos, observando las instalaciones y métodos de producción.

Información secundaria

Se la obtuvo de libros, revistas especializadas, internet e INEC.

3.5. Resultados de la investigación de campo

3.5.1. Encuesta realizada a la población de la ciudad de Ibarra representada por familias de estrato social medio alto.

1. Forma parte de su dieta alimenticia consumir huevos de codorniz.

Tabla 10. Consumo de huevos de codorniz

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	203	53,99%
NO	173	46,01%
TOTAL	376	100,00%

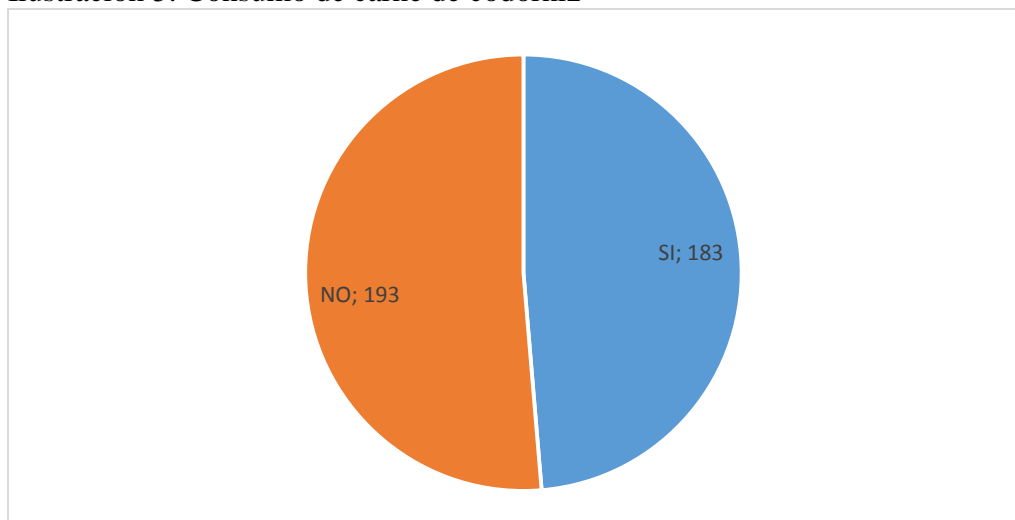
Fuente: Habitantes de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: Steven Quiroz

Análisis: De acuerdo a las respuestas acatadas por las personas tenemos que un aceptable grupo de personas mantienen en su dieta diaria los huevos de codorniz, manifestando que este aporta mejores vitaminas y nutrientes que el huevo incubado de gallina.

2. Forma parte de su dieta alimenticia consumir carne de codorniz.

Ilustración 5. Consumo de carne de codorniz



Fuente: Habitantes de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: Steven Quiroz

Análisis: Al definir la tendencia de consumo de carne de codorniz se pudo evidenciar que 185 personas consumen la carne de codorniz y están dispuestas a seguir consumiéndola y 193 personas supieron manifestar que no la consumen por desconocimiento del sabor, lugares de abastecimiento. Y las que lo hacen lo piden importada o bajo pedido a los proveedores locales.

3. Conoce usted marcas de huevos de codorniz.

Tabla 11. Conocimiento de marcas de huevos de codorniz

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	230	61,17%
NO	146	38,83%
TOTAL	376	100,00%

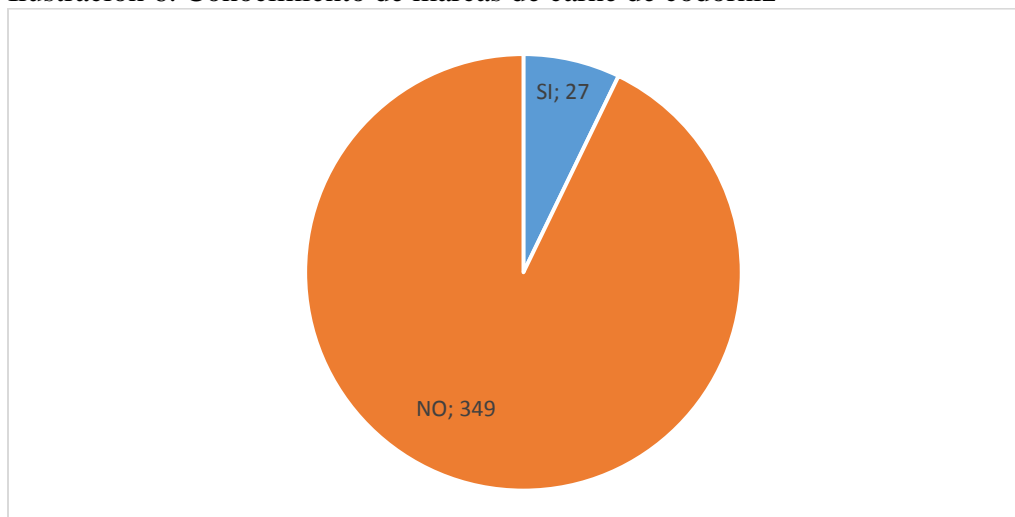
Fuente: Habitantes de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: Steven Quiroz

Análisis: Las personas que consumen huevos de codorniz contestaron que si conocen algunas marcas de huevos de codorniz incluyendo una pequeña parte de personas que no consumen pero las marcas las han visto establecidas en supermercados o en casa de algún amigo o familiar.

4. Conoce usted marcas de carne de codorniz.

Ilustración 6. Conocimiento de marcas de carne de codorniz



Fuente: Habitantes de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: Steven Quiroz

Análisis: La mayor parte de personas desconocen marcas de carne de codorniz debido a que no se comercializan en la ciudad marcas establecidas, las que la conocen son importadas, por lo que hay un nicho de mercado abierto a nuevas empresas.

5. Como considera la calidad del producto que consume.

Tabla 12. Apreciación del producto

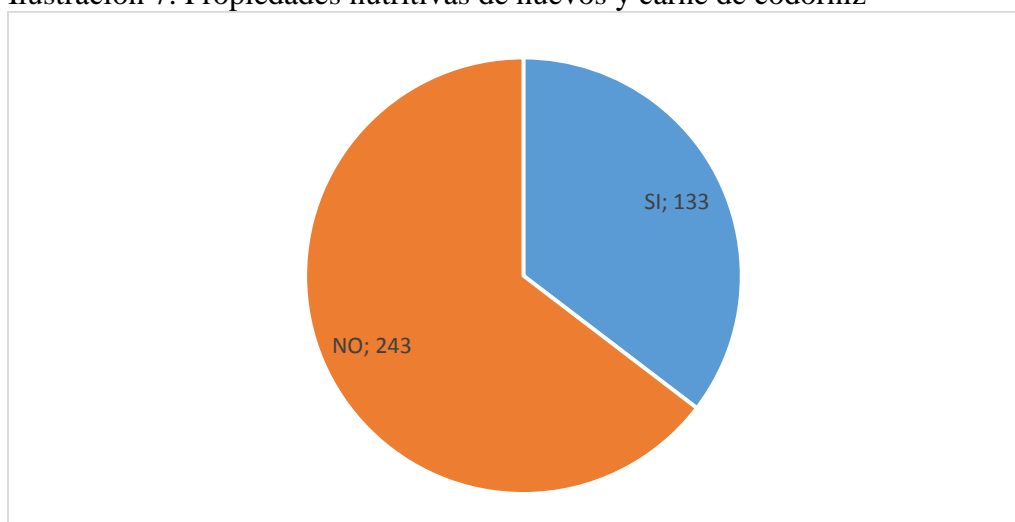
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy satisfactorio	92	24,47%
Satisfactorio	41	10,90%
Medianamente satisfactorio	37	9,84%
Nada satisfactorio	33	8,78%
No consume	173	46,01%
Total	376	100,00%

Fuente: Habitantes de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: Steven Quiroz

Análisis: Las personas que consumen huevos de codornices están satisfechos con el producto que consumen, pero no cumplen en su totalidad sus expectativas.

6. Conoce usted las propiedades nutritivas que le brinda los huevos de codorniz y la carne de codorniz.

Ilustración 7. Propiedades nutritivas de huevos y carne de codorniz



Fuente: Habitantes de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: Steven Quiroz

Análisis: De la información obtenida por las personas encuestadas podemos constatar que la mayoría desconocen los beneficios que aportan los huevos y carne de codorniz, las personas supieron manifestar que no tienen mucha información acerca del producto.

7. Si usted adquiriera el producto que aspectos tomaría en cuenta.

Tabla 13. Razones para adquirir el producto

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PRESENTACIÓN	80	21,28%
CALIDAD	170	45,21%
PRECIO	64	17,02%
CANTIDAD	62	16,49%
TOTAL	376	100,00%

Fuente: Habitantes de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: Steven Quiroz

Análisis: Un buen nivel de personas supo manifestar que si adquiriera el producto lo primero que tomaría en cuenta sería la calidad, seguido de la presentación del producto enfocándose en que este visible la fecha de caducidad del producto siendo el precio y la cantidad un factor no muy influyente para la adquisición del producto.

8. Si la presentación de los huevos de codorniz estuviera por los 20 huevos por paquete.
¿Cuántos paquetes consumiría usted quincenalmente?

Tabla 14. Demanda de huevos de codorniz

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	28	7,45%
2	45	11,97%
3 o más	130	34,57%
No consumiría	173	46,01%
TOTAL	376	100,00%

Fuente: Habitantes de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: Steven Quiroz

Análisis: De acuerdo con lo receptado de los posibles consumidores un porcentaje relevante de personas nos supieron manifestar que consumen más de 3 o más paquetes quincenalmente, debido a que las familias encuestadas integran 4 personas y que una tarrina con 20 huevos de codorniz es muy poco para el número de miembros en el hogar que se consume alrededor de 3 – 4 huevos por persona por ende la compra que realizan es mayor.

9. Si la presentación de la carne de codorniz en presentación de 450gr por empaque.
¿Cuántos paquetes consumiría usted quincenalmente?

Tabla 15. Demanda de carne de codorniz

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	18	4,79%
2 a 3	138	36,70%
4 o más	27	7,18%
No consumiría	193	51,33%

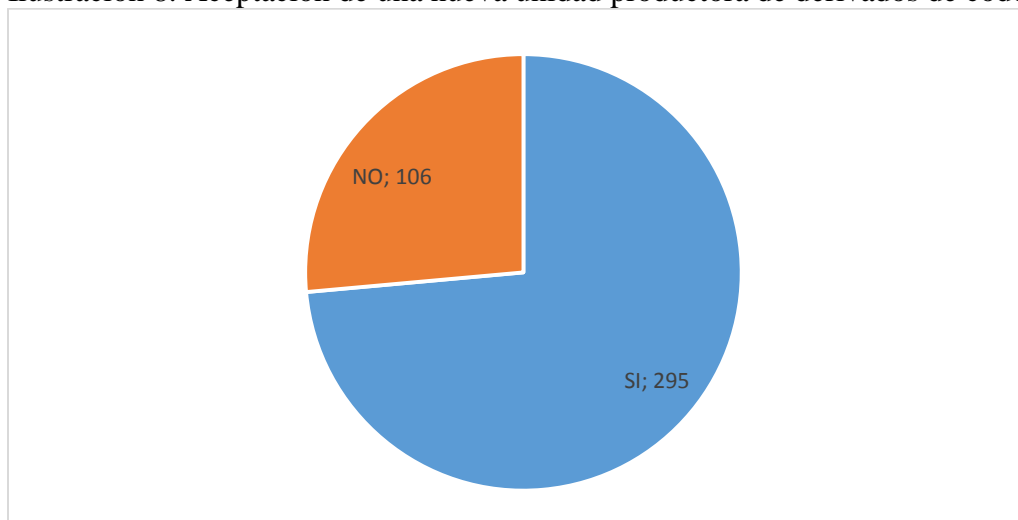
TOTAL	376	100,00%
-------	-----	---------

Fuente: Habitantes de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: Steven Quiroz

Análisis: De acuerdo a la encuesta realizada resulta que de las familias encuestadas que consumen el producto la mayoría consumen de 2 a 3 paquetes quincenalmente, debido a que en cada paquete vienen 3 aves por lo que necesitan más paquetes para satisfacer a la familia.

10. Le gustaría que se implante una microempresa productora y comercializadora de derivados del ave codorniz a nivel local.

Ilustración 8. Aceptación de una nueva unidad productora de derivados de codorniz



Fuente: Habitantes de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: Steven Quiroz

Análisis: Se puede evidenciar que, de acuerdo a los datos obtenidos, la mayoría de las familias encuestadas están de acuerdo en que se implemente una empresa productora de derivados de las codornices, debido a que la implementación de esta ayudaría a adquirir productos frescos a nivel local y a más bajo costo.

3.6. Análisis de la demanda

3.6.1. Factores que inciden a la demanda

Esta se encuentra afectada por la capacidad adquisitiva que tienen los cabezas de familia, influenciada también por la calidad, el precio y el conocimiento que tiene la población acerca del producto y los beneficios nutricionales que estos poseen.

3.6.2. Demanda de huevos de codorniz

La demanda se pudo establecer por medio del segmento de mercado en donde el total de las personas con ingresos medio, medio-alto y alto (71,610), dividiendo para 4 miembros que hay en promedio en una familia (17,903). Utilizando los datos de la encuesta realizada a los habitantes de la ciudad de Ibarra, se determinó que el 54% de las personas encuestadas (9,665), con un promedio de 4 miembros en la familia, pregunta 1 del estudio, forma parte de su dieta alimenticia el consumo de huevos de codorniz.

Tabla 16. Familias demandantes de huevos de codorniz

Población	Preferencias	Potenciales clientes
17.903	53,99%	9.665

Elaborado por: Steven Quiroz

La demanda potencial de cubetas de huevos se obtuvo multiplicando potenciales clientes por el porcentaje el consumo quincenal de cada familia a su vez por la cantidad de cubetas que se va a consumir y multiplicando para la cantidad de quincenas al año se obtuvo 317,760 cubetas al año.

Tabla 17. Demanda de cubetas de huevos por familia

Potenciales clientes	Porcentaje	Consumo quincenal	Cubetas	Quincenas al año	Demanda de cubetas
9.665	7,45%	1	720	24	17.514
	11,97%	2	2314		56.296
	34,57%	3	10025		243.950
	Total				317.760

Elaborado por: Steven Quiroz

3.6.3. Carne de codorniz

La demanda de la carne de codorniz se estableció de igual forma que en los huevos de codorniz, lo que cambia es el porcentaje de familias que consumen carne de codorniz el cual es del 49%, dando una demanda de 8,713, para su mejor comprensión se presenta en la siguiente tabla.

Tabla 18. Familias demandantes de carne de codorniz

Población	Preferencias	Potenciales clientes
17.903	48,67%	8.713

Elaborado por: Steven Quiroz

Los potenciales clientes consumen de diferente manera una bandeja de 450gr quincenalmente, esto sumado dio un total de 304,498 bandejas de carne de codorniz.

Tabla 19. Demanda de carne de codorniz por familia

Potenciales clientes	Porcentaje	Consumo quincenal	paquetes	Quincenas al año	Demanda paquetes de carne
8.713	4,79%	1	417	24	10.150
	36,70%	3	9594		233.448
	7,18%	4	2503		60.900
Total					304.498

Elaborado por: Steven Quiroz

3.7. Proyección de la demanda

3.7.1. Proyección de la demanda de los huevos de codorniz

La ciudad de Ibarra se encuentra en un constante crecimiento poblacional que de acuerdo al instituto nacional de estadísticas y censos tiene un crecimiento proyectado del 2,02 % anual, por lo tanto se tomara esta tasa como referencia para realizar la proyección del proyecto.

Para proyectar la demanda se usa la siguiente formula $Dp = (Da + i)^n$, la cual nos permite determinar la demanda proyectada en el tiempo de huevos de codorniz en donde:

Dp es la demanda futura a calcularse

Da Demanda determinada en las encuestas

i es la tasa de crecimiento poblacional que está en el 2,02% anual

Tabla 20. Proyección de la demanda de huevos de codorniz por cubeta

Periodo	Proyección de la demanda Huevos
Base	317.760
Año 2018	324.179
Año 2019	330.727
Año 2020	337.408
Año 2021	344.224
Año 2022	351.177

Elaborado por: Steven Quiroz

$$Dp = Da (1 + i)^n$$

$$Dp = 317,760 (1 + 0,0202)^1$$

$$Dp = 317,760(1,0202)^1$$

$$Dp = 317,760 \times 1,0202$$

$$Dp = 324,179$$

3.7.2. Proyección de demanda de carne de codorniz

Para proyectar la demanda se usa la siguiente formula $Dp = (Da + i)^n$, la cual nos permite determinar la demanda proyectada en el tiempo de carne de codorniz en donde:

Dp es la demanda futura a calcularse

Da Demanda determinada en las encuestas

i es la tasa de crecimiento poblacional que está en el 2,02% anual

n es el número de periodos en este caso años proyectados

$$Dp = Da (1 + i)^n$$

$$Dp = 304,498(1 + 0,0202)^1$$

$$Dp = 304,498 (1,0202)^1$$

$$Dp = 304,498 \times 1,0202$$

$$Dp = 310,649$$

Tabla 21. Proyección de la demanda de carne de codorniz en paquete de 450 gr

Periodo	Proyección de la demanda de carne
Base	304.498
Año 2018	310.649
Año 2019	316.924
Año 2020	323.326
Año 2021	329.857
Año 2022	336.520

Elaborado por: Steven Quiroz

3.8. Oferta

3.8.1. Oferta de huevos de codorniz

Existe la venta de huevos de las empresas de Quito: Del campo, Camdesa, La Pequeña Granja y Finca Santa Rosa, además existe una empresa en la ciudad de Ibarra llamada El Cascaron, esta produce alrededor de 800 huevos diarios en el sector comercial de Ibarra.

Tabla 9 Oferta de huevos de codorniz

Empresas	huevos diarios	días del año	Huevos por cubeta	cubetas ofertadas
El Cascaron	800	365	20	14.600
Camdessa	586	365	24	8.912
Pequeña Granja	817	365	20	14.910
Finca Santa Rosa	325	365	20	5.931
Del Campo	184	365	15	4.477
	408	365	20	7.446
Total de huevos ofertados anualmente				56.277

Fuente: Gerente de empresa El Cascaron

3.8.2. Oferta de carne de codorniz

La oferta de carne de codorniz en la ciudad de Ibarra no existe marcas de carne de codorniz, pero se produce de forma de subsistencia.

Tabla 10 Oferta de carne de codorniz

Micro empresa	paquetes semanales	semanas del año	Paquetes ofertados
Mariana Franco	40	52	2080
Zoila Martínez	2	52	104
José Luis	80	52	4160
Total de oferta			6344

Fuente: Ficha de observación

3.9. Demanda potencial por satisfacer

Tabla 22. Demanda potencial por satisfacer de Huevos de codorniz

Periodo	Oferta	Demanda	Demanda insatisfecha cubetas
Base	56.277	317.760	-261.483
Año 2018	57.414	324.179	-266.765
Año 2019	58.573	330.727	-272.154
Año 2020	59.757	337.408	-277.651
Año 2021	60.964	344.224	-283.260
Año 2022	62.195	351.177	-288.982

Elaborado por: Steven Quiroz

Tabla 23. Demanda potencial por satisfacer de carne de codorniz en paquetes de 450 gr

Periodo	Oferta	Demanda	Demanda insatisfecha paquetes
Base	6344	304.498	-298.154
Año 2018	6472	310.649	-304.177
Año 2019	6603	316.924	-310.321
Año 2020	6736	323.326	-316.590
Año 2021	6872	329.857	-322.985
Año 2022	7011	336.520	-329.509

Elaborado por: Steven Quiroz

3.10. Proyección del precio

El precio se maneja de acuerdo a las tendencias del mercado en la cual está al momento en 0,08 ctv por unidad y la carne se encuentra a un valor de 3,10, para la proyección del precio se toma en cuenta la inflación actual que de acuerdo al Instituto Nacional de Estadísticas y Censo se encuentra en 1,12% anual.

Tabla 24. Precio de los huevos y carne de codorniz

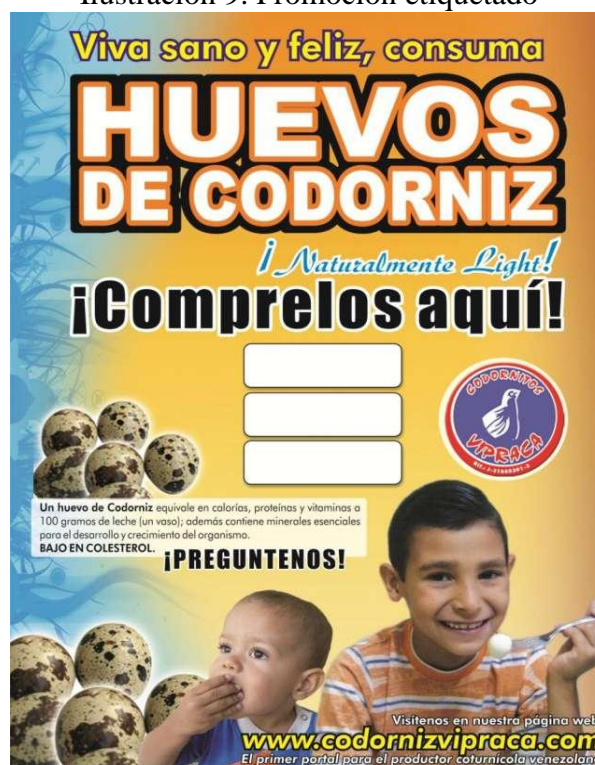
Periodo	Precio Cubeta	Precio de carne
Base	1,60	3,10
Año 2018	1,62	3,13
Año 2019	1,64	3,17
Año 2020	1,65	3,21
Año 2021	1,67	3,24
Año 2022	1,69	3,28

Elaborado por: Steven Quiroz

3.11. Promoción de la empresa

La empresa se promocionará por la estrategia de boca a boca, ya que al abastecer un producto de calidad, a un precio al cual está el mercado vigente y con una etiqueta indicando las especificaciones del producto en los supermercados, tiendas, y micro mercados, nuestros posibles consumidores al ser un alimento lo recomendaran, entonces el medio de promoción más adecuado sería la venta directa por parte del vendedor y el boca a boca que se puede generar por la atención al cliente, calidad y el servicio oportuno brindado.

Ilustración 9. Promoción etiquetado



Fuente: (<http://codornizvipraca.com>, 01)

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Tamaño del proyecto

La empresa podrá satisfacer alrededor del 22,33% y 0,80% de la demanda insatisfecha anual de huevos y carne de codorniz respectivamente, debido a que la microempresa tendrá la capacidad de albergar a 4000 aves de postura quitándole el 20% el cual es el porcentaje de aves improductivas.

En la producción de carne estarán de igual forma 4000 codornices machos y a su vez aumentan las aves de postura al final de su vida productiva quitando el 10% de mortalidad de aves de codorniz de producción de carne.

En el primer año se podrá utilizar el 51,28% de la capacidad instalada en producción de huevos y el 88,88% en la producción de carne de codorniz aproximadamente.

Tabla 25. Demanda de huevos de codorniz a satisfacer en cubetas

Periodo	Demanda insatisfecha cubetas	Porcentaje	Demanda a satisfacer
Base	261483	22,33%	58400
Año 2018	266765	22,33%	59580
Año 2019	272154	22,33%	60783
Año 2020	277651	22,33%	62011
Año 2021	283260	22,33%	63264
Año 2022	288982	22,33%	64542

Elaborado por: Steven Quiroz

Tabla 26. Demanda de carne de codorniz a satisfacer en paquetes de 450 gramos

Periodo	Demanda insatisfecha paquetes	Porcentaje	Demanda a satisfacer
Base	298154	0,80%	2400
Año 2018	304177	0,80%	2448
Año 2019	310321	0,82%	2548
Año 2020	316590	0,85%	2706
Año 2021	322985	0,91%	2931
Año 2022	329509	0,98%	3240

Elaborado por: Steven Quiroz

4.2. Localización

4.2.1. Macrolocalización

La ciudad de Ibarra está ubicada al norte del país, a 115 Km. Al suroeste de Quito y 125 Km. Al norte de Tulcán, con una altitud de 2192 metros sobre el nivel de mar, su latitud bordea los $00^{\circ} 21' N$ y su longitud $078^{\circ} 07' O$. Los límites del Cantón son al norte con la provincia del Carchi, al noroeste con la provincia de Esmeraldas, al oeste con los cantones Urcuquí, Antonio Ante y Otavalo, al este con el cantón Pimampiro y al sur con la provincia de Pichincha.

a) Ubicación

Ilustración 10. Mapa del cantón Ibarra



Fuente: <http://www.gifex.com/America-del-Sur/Ecuador/Imbabura/Politicos.html>

La microempresa estará ubicada en la hermosa provincia de los lagos y que lleva el nombre del taita Imbabura, en la ciudad de Ibarra llamada “ciudad a la que siempre se vuelve”. La localización geográfica del Cantón Ibarra en UTM (Unidad de Marcación Territorial) es de 10´041.000 norte, 820 000 oeste tomando como punto de referencia el

centro de la ciudad de Ibarra.

b) Infraestructura Básica y Servicios.

Las vías, Unidad de Policía Comunitaria (UPC), recolección de basura, salud y demás servicios que necesita cualquier empresa para comenzar sus actividades

4.2.2. Microlocalización

Ilustración 11. Mapa ubicación del galpón



Fuente: Mapa satelital de la Ciudad de Ibarra, Sector Huertos Familiares

Los servicios básicos se atiende a la mayor parte de la población urbana, pero la población rural hace falta ahondar en esfuerzos para llegar a estos lugares, en lo que se refiere a servicios tiene una gran gama como: transporte, comercio, turismo.

a) Disponibilidad de mano de obra

La mano de obra es joven y existe personal que podrá ocupar las plazas de trabajo que se oferten en el estudio, con salarios razonables y cumpliendo las obligaciones sociales.

b) Tecnología

La compra de los equipos que se necesitará para la incubación de los huevos fertilizados se traerá de la comercializadora que mejores condiciones brinde, en aspectos tales como: mantenimiento, repuestos, garantía.

c) Dirección

El estudio está localizado en el sector de la parroquia de priorato en zona agrícola, propiedad de la mamá del autor lo que facilita la definición de la localización el cual consta de una superficie de 400m², con servicios básicos completos y con posibilidad de ampliación. La dirección es calle El Carmen y Zamora sector Miravalle, al noroeste de la ciudad de Ibarra.

4.3. Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto es la capacidad que tiene para producir durante un periodo de tiempo, que se considera normal, este está en función de la capacidad de producción, disponibilidad de materia prima, acceso a tecnología.

4.4. Capacidad del proyecto

- Capacidad diseñada: El galpón está diseñado en su totalidad para 12,300 aves de codorniz , divididos de la siguiente manera:

- El galpón de producción de huevos está diseñado para albergar 39 jaulas de 200 aves cada una teniendo un total de 7800 aves dedicadas a la producción de huevos,
- El galpón de la producción de carne está diseñado para albergar 4500 ejemplares machos en el galpón dedicado a la carne, en cuanto a las codornices bebes es el mismo galpón en donde están los machos dedicados a la carne.
- Capacidad Instalada: La capacidad instalada es de 20 jaulas de codorniz con una capacidad de 200 aves cada una, dando un total de 4000 aves de postura y 4000 aves en la producción de carne.

4.5. Diseño de instalaciones

Una vez determinado el tamaño del proyecto se identifica el espacio físico y la infraestructura que se va a necesitar para la implantación del proyecto, se necesita un área de bodega para el empaque y almacenamiento de los productos e insumos, una planta productora para el manejo adecuado de las aves y la colocación de jaulas de postura, galpón para machos en donde se ubicaran a los machos para destinarlos a la producción de carne de codorniz, de igual forma una nacedora en donde se ubica la incubadora y el lugar en donde van a estar las codornices que acaban de eclosionar, sala de espera para recibir a posibles clientes, un área administrativa y por último los parqueaderos.

Ilustración 12. Plano de distribución del espacio



Elaborado por: Steven Quiroz

4.6. Distribución de la planta

Incubadora

La incubadora es eléctrica con una capacidad de 10,000 huevos de codorniz ampliables a 15000, está diseñada para realizar la eclosión correcta de los huevos de codorniz.

Antes de colocar los huevos en la incubadora hay que pasar por un proceso de precalentamiento y llegar a la temperatura óptima que es de 37,5 C° esto con el fin de dar un ambiente adecuado al momento de colocar los huevos a la incubadora.

Una incubadora en condiciones óptimas se debe manejar con un termostato o pirómetro de alto rendimiento que no tenga un exceso de caída de temperatura para comenzar a calentar, la temperatura ideal durante todo el proceso de incubación debe ser de $37,5\text{ C}^{\circ}$ con una variación de $\pm 0,5$ con una humedad relativa constante de 60%.

El proceso de incubación dura 17 días desde el momento de la colocación de los huevos de codorniz; los dos primeros días los huevos deben mantenerse estático en la incubadora pasado este tiempo se procede al movimiento de los mismos con un lapso de tiempo de 5 horas como mínimo hasta el día 14 en el cual se deja de mover y se los ubica en una posición horizontal hasta el día 17 que empieza a eclosionar los huevos. Hay que tener en cuenta que los dos últimos días antes de la eclosión hay que alzar la humedad a 70-80% y la temperatura disminuir a 37C° .

Es importante mantener la incubadora en óptimas condiciones para que alcance el mayor desarrollo embrionario, cuidando de las corrientes de aire y la baja de temperatura que es lo fatal para tener un porcentaje del 80% de eclosión.

Ilustración 13. Incubadora





Fuente: Investigación directa

Nacedora

Es una habitación con piso de viruta en el cual se instala unas criadoras a gas para aumentar la temperatura del lugar, la cual debe estar a $35 - 35^{\circ}\text{C}$, puesto alimento suficiente y agua con multivitamínico vitalizador todo esto para el correcto recibimiento de las codornices bebes. La nacedora debe constar con las siguientes características:

- Ancho 5mt
- Largo 15mt
- Altura 2mt
- Pared de bloque a una altura de 1mt completando con plástico para mantener el calor y ventilación en la parte superior

- Piso de concreto puesto viruta encima para evitar que se lastimen de las aves

Luego de que las codornices hayan secado bien su plumaje se las traslada a la nacedora lo más rápido posible para que no pierdan la temperatura corporal, por eso es aconsejable que la incubadora se encuentre dentro o a un lado de la habitación nacedora.

Aquí permanecen las codornices durante un periodo de 4 semanas, después de ello se puede identificar a las codornices hembra y macho y trasladarlas a sus respectivas jaulas y galpones de producción de carne.

Ilustración 14. Cuarto de nacimiento



Fuente: Investigación directa

Galpón

- **Planta productora de huevos**

El galpón para la producción de las codornices de postura debe tener una buena iluminación debido a que las aves requieren de la luz del día para mejorar la postura y a su vez mantener el calcio en los huevos y no salgan frágiles, el cual debe contar con las siguientes características:

- Altura de 2,5mt
- Ancho de 7mt
- Largo de 15mt
- Los corredores deben tener como mínimo 1mt de ancho entre jaulas
- Muro de 0,70cm del piso y el resto de pared debe ser de malla y plástico o a su vez vidrio para evitar las corrientes de aire y mantener la luz.
- Piso de concreto con una leve inclinación y desagües para mantener la limpieza.

El galpón antes mencionado está en la capacidad de albergar 3 filas de 13 jaulas cada una dando un total de 39 jaulas de 200 codornices.

Ilustración 15. Galpón de codornices



Fuente: Investigación directa

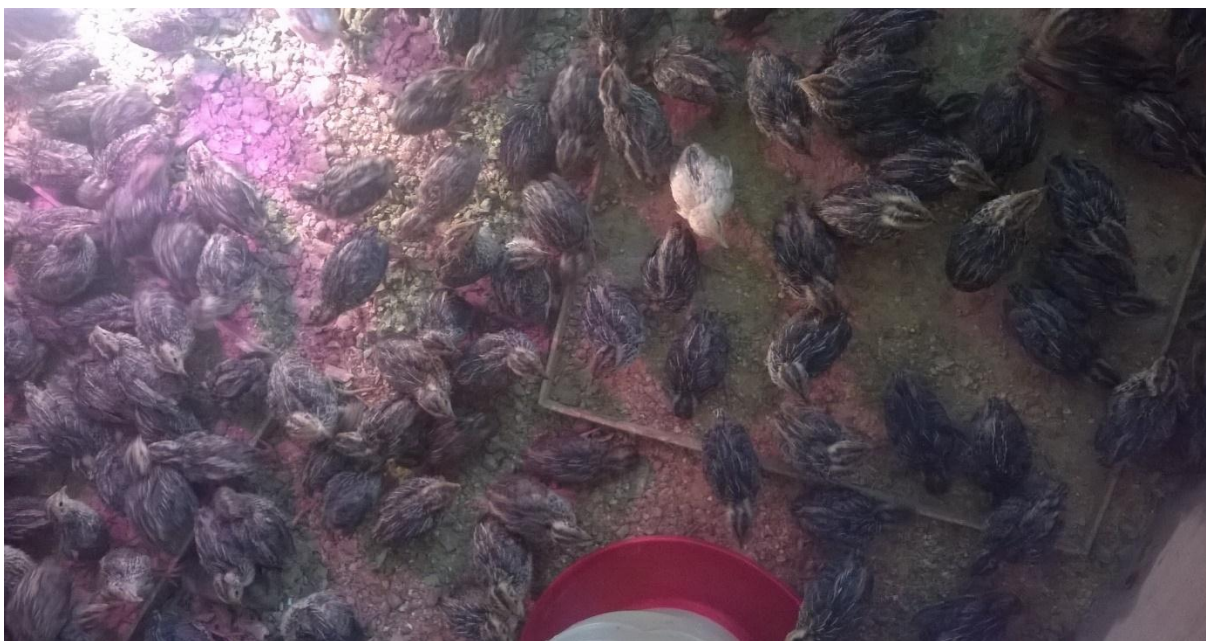
- **Planta productora de carne**

El galpón en donde se almacenas los machos destinados a la producción de carne debe poseer las siguientes características:

- Ancho 5mt
- Largo 15mt
- Altura 2mt
- Pared de bloque a una altura de 1mt completando con plástico para mantener el calor y ventilación en la parte superior.
- Piso de concreto puesto viruta encima para evitar que se lastimen de las aves

Teniendo en cuenta que la nacedora queda como galpón de producción de carne debido a que pasado las cuatro semanas se trasladan las codornices hembras a las jaulas de producción, la capacidad idónea para la producción de carne es de 60 codornices por metro cuadrado por lo tanto el galpón que se tiene cuenta con un área de 75m^2 teniendo la capacidad de albergar 4500 aves.

Ilustración 16. Galpón codornices para carne



Fuente: Investigación directa

Jaulas

El tipo de jaula que se va a utilizar en el proyecto es de baterías o vertical de 1mt por 1mtr de 4 pisos capaces de albergar 50 codornices en cada piso. Las jaulas deberán ser metálicas para permitir una mejor limpieza, las rejillas del piso de las jaulas con una abertura no menor a 1cm, no es recomendable que la rejilla sea muy ancha debido a que los animales pueden lastimarse.

. Es conveniente emplear siempre el sistema de piso inclinado para facilitar la recolección de los huevos. Las bandejas estiercoleras deberán ser de lata para una mejor limpieza, los comederos de metal doblado para evitar que se lastimen y deben poseer bebederos de plástico de tipo copa o niple para dar mayor facilidad al ave a que adquiera el agua.

Ilustración 17. Jaula tipo batería o vertical



Fuente: Investigación directa

Ilustración 18. Bebedero tipo copa o niple



Fuente: Investigación directa

- **Bodega y zona de empaque**

Este lugar es una habitación con una división para almacenar tanto los insumos y materiales para el correcto manejo de las codornices y a su vez es la zona de empacado tanto de huevos como de carne.

- Huevos: Aquí se lleva el proceso de empaclar 20 huevos de codorniz en una tarrina, posteriormente se le pega la etiqueta de presentación correspondiente y se procede a la realización de las aberturas para la ventilación.
- Carne: Se lleva a cabo escogiendo cada ave con un peso exacto de 150 gramos y se procede a desposte y empaque de las mismas en bandejas adecuadas para ellas, posteriormente se pone la etiqueta de presentación.

4.7. Ingeniería del proyecto

La microempresa necesita de los procesos, talento Humano y presupuesto técnico, acorde a las siguientes especificaciones.

4.7.1. Flujograma de procesos

a) Compra y recepción de huevos fertilizados

Se hará el pedido a la empresa proveedora, el personal encargado recibirá la materia prima en buenas condiciones, revisando minuciosamente cada huevo con el ovoscopio para eliminar huevos agrietados y mal formados.

b) Ingresos de huevos fertilizados a incubadora

Se ingresa la cantidad de huevos a la incubadora, con paciencia, teniendo cuidado en no romper ningún huevo fertilizado, después se procede a la desinfección de los mismos con yodo, estar pendiente al momento que vayan a eclosionar y comenzar el nacimientos de las codornices bebes.

c) Crianza, alimentación, recoger y empacado de huevos

Al momento de salir las codornices del cascarón se espera a que el plumaje este completamente seco para proceder a trasladar lo más rápido posible a las nacedora, que es un lugar adecuado para la crianza y un buen desarrollo de las codornices bebes, manteniéndose allí durante 4 semanas para después ser escogidas tanto a los machos como a las hembras. En promedio por cada incubada de huevos se tiene como resultado el 80% de nacimientos de todos los huevos puestos a incubar, de ellos el 50% son codornices hembras y el 50% son codornices machos, una vez realizada la clasificación se procede a trasladar a las codornices

hembras a jaulas de postura para que empiecen a adecuarse con anticipación antes de la postura.

Se considera que un alimento adecuado es el que posee los diferentes nutrientes y en las cantidades necesarias para que los animales crezcan y tengan una elevada postura, debemos reconocer que seis tipos de nutrientes indispensables: agua, vitaminas, proteínas, hidratos de carbono, grasas y minerales. Si por algún motivo, se produjere alguna deficiencia en la provisión de alguno de ellos se retardaría el desarrollo del ave con la consecuente disminución en la puesta y con una mayor propensión a contraer enfermedades. (Martinez & Ballester, 2004, pág. 86)

El régimen alimenticio de las codornices debe tener en cuenta las particularidades del animal, las necesidades nutritivas son diferentes para la codorniz destinada a engorde y las codornices productoras de huevos; la codorniz de engorde debe cubrir el aumento suplementario del peso y mantenimiento de la misma; en el caso de las productoras de huevos, debe cubrir las necesidades de reproducción y puesta, así como el mantenimiento de las mismas.

Requieren un alimento rico en proteínas en torno al 22%-24% como mínimo y un alto valor nutritivo, algunas empresas comercializadoras de alimentos concentrados fabrican balanceados especiales para codornices, como lo es BIOMENTOS que tiene sucursales a nivel nacional, es indispensable que siempre este a disposición de las aves agua limpia en todo momento.

Cada codorniz consume 25g de concentrado tanto para las codornices de engorde como para las de postura aquí en la ciudad de Ibarra, puede variar en otras ciudades de acuerdo al clima, si las aves están demasiado pesadas se debe proporcionar una reducción en la ración alimenticia del 10% al 15% esto ocasionara que bajara el peso corporal, por el contrario las aves estuvieran muy delgadas se debe aumentar 10% en la ración alimenticia, hay que tener en cuenta los desperdicios de comida para lo cual se debe suministrar el alimento tres veces al día.

Ilustración 19. Balanceado para codornices



Fuente: Investigación directa

Los machos se albergaran en un galpón con piso de viruta para empezar el engorde.

En la producción de huevos para consumo, no se requiere de la presencia del macho, más aun, es mejor no tener machos con las hembras ya que los huevos infértiles se conservan mejor, por no existir la posibilidad de que el embrión comience su desarrollo, por lo que se aconseja tenerlos en otras jaulas pero dentro del mismo galpón, para que con su canto

incentiven la postura; en este caso se recomienda 4 machos por cada 1000 hembras, las aves pueden alojarse en grupos de 50 aves en cada batería, y esta debe tener el piso inclinado a su frente, libre en la parte inferior con una abertura para permitir la fácil recolección de los huevos.

La recolección se la debe hacer dos veces al día, una en la mañana y otra en la tarde, debido a que los animales no ponen a la misma hora, la recolección se la realiza en recipientes aptos para esta actividad lo cual puede ser en canastos con un fondo de espuma flex, una vez recogidos, se deben eliminar los que presentan roturas o estén sucios y los demás almacenarlos en un sitio fresco hasta el momento de su venta.

Se debe estimar una recogida diaria que oscile entre 70 y 90% de los animales en postura, variando está de acuerdo a la edad de los animales.

Para el mercadeo de los huevos de codorniz se puede presentar en empaques de 20 unidades en tarrinas con aberturas a los lados para que salga el calor que estos generan, los empaques plásticos son de mejor manipulación además de que hacen visible al producto lo que le da una mejor presentación, se debe tener en cuenta que en cada empaque va con su respectivo sello de presentación.

Ilustración 20. Huevos de codorniz destinados a la venta



Fuente: Investigación directa

d) Codornices no aptas para postura y venta de las aves

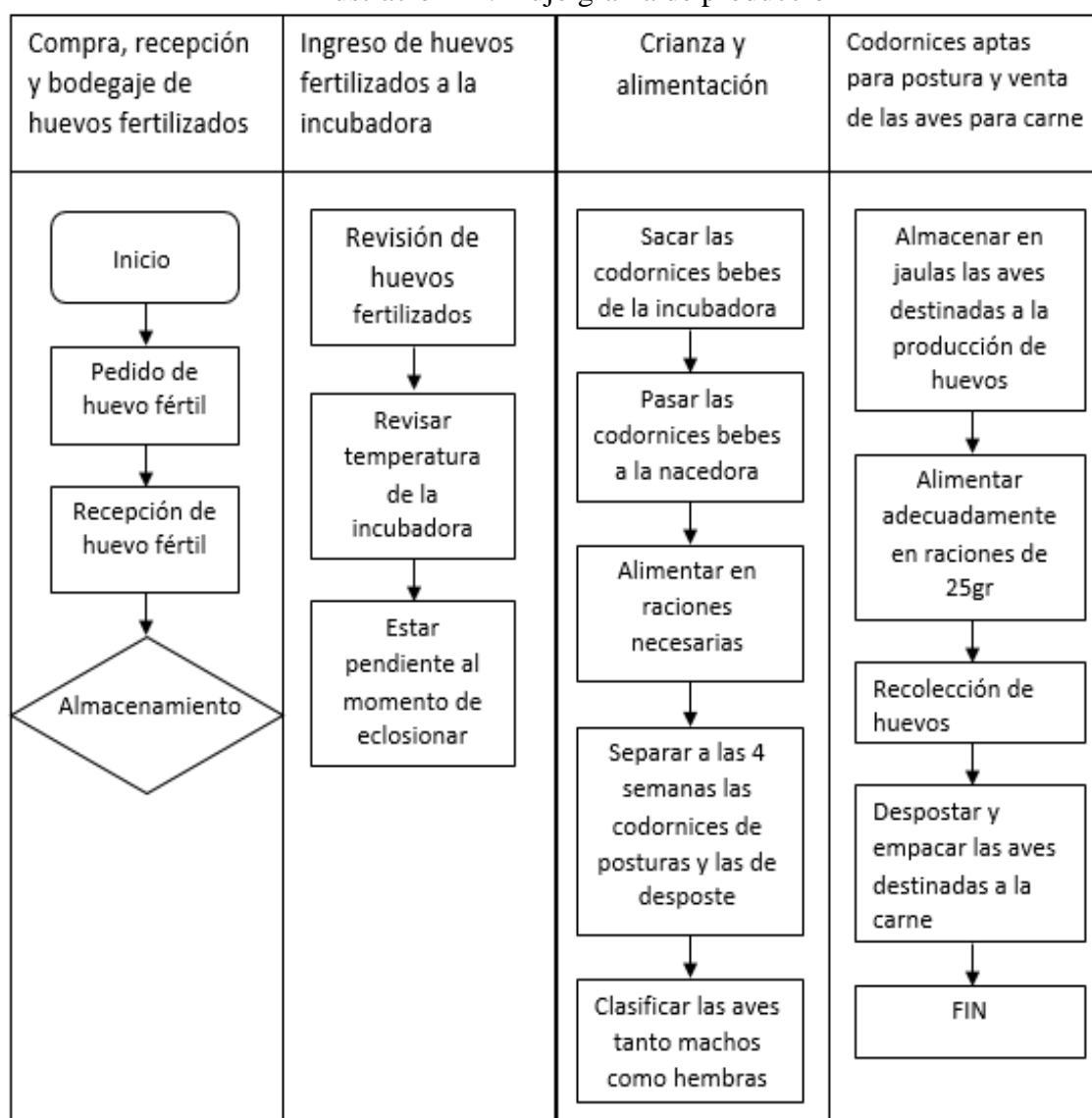
Luego de que las aves ya no puedan poner huevos se trasladan al galpón donde se encuentran los machos de carne para que alcancen peso y después pasan al desposten y empacadas para la venta de las mismas, dando por concluido el proceso productivo.

Ilustración 21. Carne de codorniz



Fuente: Investigación directa

Ilustración 22. Flujo grama de producción



Fuente: Steven Quiroz

4.8. Presupuesto técnico

4.8.1. Inversión fija

a) Vehículo

Tabla 27. Vehículo

Características del activo	Cantidad	Precio	Valor total
Camión DONGFENG DF-510 2,5 Ton	1	16.990,00	16.990,00
Total vehículo			16.990,00

Elaborado por: Steven Quiroz

b) Equipos

Tabla 28. Equipos

Características del activo	Cantidad	Precio	Valor total
Incubadora	1	4000,00	4.000,00
Comederos para codornices bebes	27	4,00	108,00
Mesa para empaque	1	64,00	64,00
Bebederos para codornices bebes	40	3,50	140,00
Jaula para codorniz 200 aves	20	400,00	8.000,00
Total equipos			12.312,00

Elaborado por: Steven Quiroz

c) Muebles y Equipo de oficina

Tabla 29. Equipo de oficina

Características del activo	Cantidad	Precio	Valor total
Escritorio gerencial	1	220,00	220,00
Silla gerencial	1	112,00	112,00
Archivador	1	68,00	68,00
Modular para recepción	2	98,00	196,00
Total equipo de oficina			596,00

Elaborado por: Steven Quiroz

d) Equipo de cómputo

Tabla 30. Equipo de cómputo

Equipo de cómputo	Cantidad	Precio	Valor total
Computadora e impresora	1	890,00	890,00
Total tecnología			890,00

Elaborado por: Steven Quiroz

4.8.2. Gasto de constitución

Tabla 31. Gasto de constitución

Detalle	Cantidad	Precio	Valor total
Pago de trámites	1	45,00	45,00
Pago de impuestos municipales	1	25,00	25,00
Total gasto de constitución			70,00

Elaborado por: Steven Quiroz

4.8.3. Capital de trabajo

Tabla 32. Capital de Trabajo

Detalle	Mensual	Anual
Mano de Obra Directa	503,39	6.040,68
Materia Prima Directa	2.829,70	33.956,38
Costos Indirectos de Producción	203,10	2.437,17
Gasto Administrativo	804,46	9.653,51
Gasto de Ventas	1.623,88	19.486,51
Gasto Financiero	201,61	2.419,35
Gasto Depreciación	246,49	2.957,82
Total de capital de trabajo	6.412,62	76.951,41

Elaborado por: Steven Quiroz

4.9. Inversión del proyecto

Tabla 33. Inversión del proyecto

Detalle	Rubro
Vehículo	16.990,00
Maquinaria y equipos	12.312,00
Muebles y Equipo de oficina	596,00
Tecnología	890,00
Gastos de constitución	70,00
Capital de trabajo	12.825,24
Total inversión	43.683,24

Elaborado por: Steven Quiroz

4.10. Financiamiento

Tabla 34. Financiamiento

Financiamiento	Capitales	%
Capital propio	20000,00	45,78%
Crédito	23683,24	54,22%
Total	43.683,24	100,00%

Elaborado por: El Autor

4.11. Amortización del crédito

Tabla 35. Amortización

PERÍODO	DIVIDENDO	CAPITAL	INTERÉS	SALDO
Año 0	-	-	-	\$ 23.683,24
Año 2018	\$ 6.179,17	\$ 3.759,83	\$ 2.419,35	\$ 19.923,41
Año 2019	\$ 6.179,17	\$ 4.194,91	\$ 1.984,26	\$ 15.728,50
Año 2020	\$ 6.179,17	\$ 4.680,34	\$ 1.498,83	\$ 11.048,16
Año 2021	\$ 6.179,17	\$ 5.221,94	\$ 957,23	\$ 5.826,22
Año 2022	\$ 6.179,17	\$ 5.826,22	\$ 352,95	\$ 0,00

Elaborado por: Steven Quiroz

4.12. Talento humano

Tabla 36. Talento humano

Talento Humano	Sueldo
Operador	375
Repartidor	400
Vendedor/a	390
Gerente	500

Elaborado por: Steven Quiroz

CAPÍTULO V

ESTUDIO FINANCIERO

5. ESTUDIO ECONÓMICO

5.1. Ingresos proyectados

Tabla 37. Ingresos

Especificaciones	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Cantidad de cubetas	59580	60783	62011	63264	64542
Precio de cubeta	1,62	1,64	1,65	1,67	1,69
Venta total cubetas huevos	96395,16	99443,77	102588,80	105833,30	109180,41
Especificaciones	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Codornices	8162	8495	9020	9771	10799
Tasa de mortalidad 10%	816	849	902	977	1080
Total codornices	7345	7645	8118	8794	9719
Numero de codornices por paquete	3	3	3	3	3
paquetes de carne de codorniz	2448	2548	2706	2931	3240
Precio de carne de codorniz	3,13	3,17	3,21	3,24	3,28
Venta de carne de codorniz	7675,30	8077,98	8673,53	9501,11	10617,89
Total Ingresos	104070,46	107521,76	111262,34	115334,41	119798,30

Elaborado por: Steven Quiroz

Para determinar los ingresos proyectados se tomó en cuenta el cálculo de las tarrinas de huevos de codorniz que contienen 20 unidades cada una, y para el cálculo de la carne se tomó en cuenta la cantidad de machos disponibles para carne reduciendo la tasa de mortalidad que es del 10% incluyendo las de descarte las cuales son las aves de postura al final de su vida útil.

5.2. Egresos proyectados

5.2.1. Costos directos de producción

a) Mano de obra directa

Tabla 38. Datos históricos

Datos H.	SBU
2013	318,00
2014	340,00
2015	354,00
2016	366,00
2017	375,00
TC	4,21%

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Steven Quiroz

Tabla 39. Personal de producción

Costos directos	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Operador	1	1	1	1	1
Salario	390,78	407,22	424,36	442,22	460,83
Costo salario	390,78	407,22	424,36	442,22	460,83

Elaborado por: Steven Quiroz

Tabla 40. Proyección del Costo M.O.D. sin obligaciones sociales

Detalle	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Meses en el año	12	12	12	12	12
Costo salario	390,78	407,22	424,36	442,22	460,83
Costo Salario Anual	4.689,36	4.886,69	5.092,32	5.306,60	5.529,91

Elaborado por: Steven Quiroz

Tabla 41. Proyección del Costo Total de la Mano de Obra Directa

Detalle	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Salario Básico Anual	4.689,36	4.886,69	5.092,32	5.306,60	5.529,91
Aporte Patronal 12,15%	569,76	593,73	618,72	644,75	671,88
Fondos de Reserva 8,33%		407,22	424,36	442,22	460,83
13° Sueldo	390,78	407,22	424,36	442,22	460,83
14° Sueldo	390,78	407,22	424,36	442,22	460,83
Total Mano de Obra Directa	6.040,68	6.702,09	6.984,12	7.278,01	7.584,27

Elaborado por: Steven Quiroz

b) Materia prima e insumos

Tabla 42. Proyección del Costo Total de Materia Prima

Detalle	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Huevos fértiles	10202	10408	10618	10833	11052
Precio	0,08	0,08	0,08	0,08	0,08
Subtotal	825,30	851,40	878,33	906,11	934,76
Alimentación codornices pequeñas 28 días	272	278	283	289	295
Precio	29,32	29,65	29,99	30,32	30,66
Subtotal	7.977,91	8.230,22	8.490,51	8.759,03	9.036,05
Alimentación 15 días machos para carne	38,26	39,03	39,82	40,62	41,44
precio	29,32	29,65	29,99	30,32	30,66
Subtotal	1.121,89	1.157,37	1.193,98	1.231,74	1.270,69
Alimentación aves postura	816,16	832,65	849,47	866,63	884,13
precio	29,32	29,65	29,99	30,32	30,66
subtotal	23.933,73	24.690,66	25.471,54	26.277,10	27.108,15
Vitaminas	24	25	25	26	27
Precio	2,02	2,05	2,07	2,09	2,11
Subtotal	49,52	51,08	52,70	54,37	56,09
Combo de protección(vitaminas preventivas)	2	2	2	2	2
Precio	15,17	15,34	15,51	15,68	15,86
Subtotal	30,34	30,68	31,02	31,37	31,72
Gas	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00
precio	2,53	2,56	2,58	2,61	2,64
Subtotal	17,70	17,89	18,09	18,30	18,50
Total materia prima	33.956,38	35.029,31	36.136,17	37.278,02	38.455,96

Elaborado por: Steven Quiroz

c) Costos indirectos de producción

Tabla 43. Proyección de Costos indirectos de producción

Detalle	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Arriendo	12	12	12	12	12
Precio	202,24	204,51	206,80	209,11	211,45
Subtotal	2426,88	2454,06	2481,55	2509,34	2537,44
Agua en metros cúbicos carne y bebes	6,08	6,20	6,33	6,45	6,59
Precio	0,08	0,08	0,08	0,08	0,08
Subtotal	0,49	0,51	0,52	0,54	0,56
Agua en m3 aves producción huevos	46	47	48	49	50
Precio	0,08	0,08	0,08	0,08	0,08

Subtotal	3,70	3,81	3,93	4,06	4,19
Luz Kw	110	110	110	110	110
Precio	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06
Subtotal	6,10	6,12	6,14	6,17	6,19
Total de CIP	2437,17	2464,50	2492,15	2520,11	2548,38

Elaborado por: Steven Quiroz

d) Resumen de los costos directos de producción

Tabla 44. Proyección de Costos directos de producción

Detalle	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Mano de obra	6.040,68	6.702,09	6.984,12	7.278,01	7.584,27
Materia prima	33.956,38	35.029,31	36.136,17	37.278,02	38.455,96
Costos indirectos de producción	2437,17	2464,50	2492,15	2520,11	2548,38
Total costos de producción	42.434,23	44.195,91	45.612,43	47.076,13	48.588,61

Elaborado por: Steven Quiroz

5.2.2. Gastos administrativos

a) Personal administrativo

Tabla 45. Proyección del personal de administración

Sueldos del personal	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Gerente	1	1	1	1	1
Sueldos del personal	521,04	542,97	565,81	589,62	614,43
Gasto salario	521,04	542,97	565,81	589,62	614,43

Elaborado por: Steven Quiroz

Tabla 46. Proyección del personal de administración. Sin obligaciones sociales

Detalle	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Meses al año	12	12	12	12	12
Mensual S.A.	521,04	542,97	565,81	589,62	614,43
Salario Administrativo Anual	6.252,48	6.515,58	6.789,76	7.075,47	7.373,21

Elaborado por: Steven Quiroz

Tabla 47. Proyección del gasto total del personal de administración.

Detalle	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Salario Básico Anual	6.252,48	6.515,58	6.789,76	7.075,47	7.373,21
Aporte Patronal 12,15%	759,68	791,64	824,96	859,67	895,84
Fondos de Reserva 8,33%		542,97	565,81	589,62	614,43

13° Sueldo	521,04	542,97	565,81	589,62	614,43
14° Sueldo	390,78	407,22	424,36	442,22	460,83
Total Talento Humano					
Administrativo	7.923,98	8.800,38	9.170,70	9.556,60	9.958,75

Elaborado por: Steven Quiroz

b) Suministros de oficina

Tabla 48. Proyección del gasto total de suministros de oficina.

Detalle	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Tinta para impresora	4	4	4	4	4
Precio	3,03	3,07	3,10	3,14	3,17
Subtotal	12,13	12,27	12,41	12,55	12,69
Impresión de facturero	3	3	3	3	3
Precio	8,09	8,18	8,27	8,36	8,46
Subtotal	24,27	24,54	24,82	25,09	25,37
Resmas de papel	3	3	3	3	3
Precio	3,36	3,33	3,29	3,25	3,22
Subtotal	10,09	9,98	9,86	9,76	9,65
Materiales de Limpieza	2	2	2	2	2
Precio	20,22	20,45	20,68	20,91	21,15
Subtotal	40,45	40,90	41,36	41,82	42,29
Total suministros de oficina	86,94	87,69	88,45	89,22	90,00

Elaborado por: Steven Quiroz

c) Gastos generales de administración

Tabla 49. Proyección de gastos generales de administración.

Detalle	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Servicios contables	12	12	12	12	12
Precio	101,12	102,25	103,40	104,56	105,73
Subtotal	1213,44	1227,03	1240,77	1254,67	1268,72
Paquete teléfono e internet	12	12	12	12	12
Precio	35,39	35,79	36,19	36,59	37,00
Subtotal	424,70	429,46	434,27	439,13	444,05
Luz Kw	110	110	110	110	110
Precio	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04
Subtotal	4,45	4,50	4,55	4,60	4,65
Total G.G de administración	1642,59	1660,99	1679,59	1698,40	1717,43

Elaborado por: Steven Quiroz

d) Resumen de gastos administrativos

Tabla 50. Resumen de Gastos administración.

Detalle	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Mano de obra administrativa	7.923,98	8.800,38	9.170,70	9.556,60	9.958,75
Suministros de oficina	86,94	87,69	88,45	89,22	90,00
Gastos generales de administración	1642,59	1660,99	1679,59	1698,40	1717,43
Total gastos administrativos	9.653,51	10.549,06	10.938,74	11.344,23	11.766,17

Elaborado por: Steven Quiroz

5.2.3. Gastos de ventas

a) Gasto del personal de ventas

Tabla 51. Proyección del personal de ventas

Sueldos del personal	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Repartidor	1	1	1	1	1
Sueldos del personal	416,83	434,37	452,65	471,70	491,55
Subtotal	416,83	434,37	452,65	471,70	491,55
Vendedor/a	1	1	1	1	1
Sueldos del personal	406,41	423,51	441,33	459,91	479,26
Subtotal	406,41	423,51	441,33	459,91	479,26
Gasto salarios	823,24	857,89	893,98	931,60	970,81

Elaborado por: Steven Quiroz

Tabla 52. Proyección del personal de ventas sin obligaciones sociales

Detalle	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Meses al año	12	12	12	12	12
Mensual S.A.	823,24	857,89	893,98	931,60	970,81
Salario Administrativo Anual	9.878,92	10.294,62	10.727,82	11.179,25	11.649,67

Elaborado por: Steven Quiroz

Tabla 53. Proyección del gasto total del personal de ventas

Detalle	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Salario Básico Anual	9.878,92	10.294,62	10.727,82	11.179,25	11.649,67
Aporte Patronal 12,15%	1.200,29	1.250,80	1.303,43	1.358,28	1.415,43
Fondos de Reserva 8,33%		857,89	893,98	931,60	970,81
13° Sueldo	823,24	857,89	893,98	931,60	970,81
14° Sueldo	781,56	814,45	848,72	884,43	921,65
Total Talento Humano Administrativo	12.684,01	14.075,64	14.667,94	15.285,17	15.928,36

Elaborado por: Steven Quiroz

b) Publicidad

Tabla 54. Proyección de la publicidad

Detalle	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Tarrinas de empaque	59580	60783	62011	63264	64542
Precio	0,051	0,051	0,052	0,052	0,053
Subtotal	3.012,35	3.107,62	3.205,90	3.307,29	3.411,89
Bandejas de empaque	2.448,48	2.548,40	2.705,97	2.931,33	3.239,60
Precio	0,025	0,026	0,026	0,026	0,026
Subtotal	61,90	65,15	69,95	76,62	85,63
Etiquetas	59580	60783	62011	63264	64542
Precio	0,020	0,020	0,021	0,021	0,021
Subtotal	1.204,94	1.243,05	1.282,36	1.322,92	1.364,76
Publicidad promoción	48	48	48	48	48
Precio	20,22	20,45	20,68	20,91	21,15
Subtotal	970,75	981,62	992,62	1.003,74	1.014,98
Mantenimiento de vehículo	12	12	12	12	12
Precio	30,34	30,68	31,02	31,37	31,72
Subtotal	364,03	368,11	372,23	376,40	380,62
Combustible	734,54	764,52	764,52	779,96	795,72
Precio	1,04	1,05	1,06	1,08	1,09
Subtotal	765,05	805,19	814,21	839,96	866,53
Compra de llantas	1	1	1	1	1
Precio	485,38	490,81	496,31	501,87	507,49
Subtotal	485,38	490,81	496,31	501,87	507,49
Total publicidad	6.802,50	6.996,40	7.163,63	7.352,17	7.546,25

Elaborado por: Steven Quiroz

c) Resumen del gasto de ventas

Tabla 55. Resumen gasto de ventas

Detalle	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Personal de ventas	12.684,01	14.075,64	14.667,94	15.285,17	15.928,36
Publicidad	6.802,50	6.996,40	7.163,63	7.352,17	7.546,25
Total gastos de ventas	19.486,51	21.072,04	21.831,57	22.637,34	23.474,62

Elaborado por: Steven Quiroz

5.2.4. Gasto financiero

Tabla 56. Datos para el cálculo del préstamo

Monto del Crédito	23683,24
Tasa de Interés Anual	11,00%
Nº de Pagos Mensuales	60

Elaborado por: Steven Quiroz

5.2.5. Tabla de amortización del crédito

Tabla 57. Tabla de amortización del crédito

PERÍODO	DIVIDENDO	CAPITAL	INTERÉS	SALDO
Año 0	-	-	-	\$ 23.683,24
Año 2018	\$ 6.179,17	\$ 3.759,83	\$ 2.419,35	\$ 19.923,41
Año 2019	\$ 6.179,17	\$ 4.194,91	\$ 1.984,26	\$ 15.728,50
Año 2020	\$ 6.179,17	\$ 4.680,34	\$ 1.498,83	\$ 11.048,16
Año 2021	\$ 6.179,17	\$ 5.221,94	\$ 957,23	\$ 5.826,22
Año 2022	\$ 6.179,17	\$ 5.826,22	\$ 352,95	\$ 0,00

Elaborado por: Steven Quiroz

5.2.6. Depreciación de activos fijos

Tabla 58. Depreciación de activos fijos

Detalle	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
1. Vehículo	1529,10	1529,10	1529,10	1529,10	1529,10
2. Equipos	1108,08	1108,08	1108,08	1108,08	1108,08
3. Equipo de oficina	53,64	53,64	53,64	53,64	53,64
4. Tecnología	267,00	267,00	267,00	276,07	276,07
Total Depreciaciones	2.957,82	2.957,82	2.957,82	2.966,89	2.966,89

Elaborado por: Steven Quiroz

5.2.7. Resumen de egresos proyectados

Tabla 59. Resumen de egresos proyectados

Detalle	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Costos Directos del Servicio	39.997,06	41.731,41	43.120,28	44.556,02	46.040,23
Costos Indirectos de Servicio	2.437,17	2.464,50	2.492,15	2.520,11	2.548,38
Gastos Administrativos	9.653,51	10.549,06	10.938,74	11.344,23	11.766,17
Gastos de Ventas	19.486,51	21.072,04	21.831,57	22.637,34	23.474,62
Gasto Financiero	2.419,35	1.984,26	1.498,83	957,23	352,95
Gasto Depreciación	2.957,82	2.957,82	2.957,82	2.966,89	2.966,89
Total Egresos Proyectados	76.951,41	80.759,09	82.839,40	84.981,82	87.149,24

Elaborado por: Steven Quiroz

5.3. Estados financieros

5.3.1. Estado de situación financiera

Tabla 60. Estado de situación financiera

Estado de Situación Financiera			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVOS CORRIENTES	
Bancos	12825,24	TOTAL PASIVOS CORRIENTES	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	12825,24	PASIVOS A LARGO PLAZO	
		Documentos por Pagar (Crédito)	23683,24
		TOTAL PASIVOS A LARGO PLAZO	23683,24
ACTIVOS FIJOS			
Vehículo	16.990,00		
Maquinaria y equipos	12.312,00		
Muebles y Equipo de oficina	596,00		
Tecnología	890,00		
TOTAL ACTIVOS FIJOS	30788,00	TOTAL PASIVOS	23683,24
OTROS ACTIVOS		PATRIMONIO	
ACTIVOS INTANGIBLES		Capital Social	
Gastos de Constitución	70,00		20000,00
TOTAL OTROS ACTIVOS	70,00	TOTAL PATRIMONIO	20000,00
TOTAL ACTIVOS	43683,24	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	43683,24

Elaborado por: Steven Quiroz

5.3.2. Estado de resultados

Tabla 61. Estado de pérdidas y ganancias

Detalle	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
INGRESOS	104.070,46	107.521,76	111.262,34	115.334,41	119.798,30
EGRESOS					
(-) COSTOS DIRECTOS DE OPERACIÓN	42.434,23	44.195,91	45.612,43	47.076,13	48.588,61
(=) UTILIDAD BRUTA	61.636,23	63.325,85	65.649,90	68.258,28	71.209,69
OTROS GASTOS					
(-)Gasto Administrativo	9.653,51	10.549,06	10.938,74	11.344,23	11.766,17
(-)Gasto de Ventas	19.486,51	21.072,04	21.831,57	22.637,34	23.474,62
(-)Gasto Depreciación	2.957,82	2.957,82	2.957,82	2.966,89	2.966,89
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	35.454,03	34.662,57	35.837,41	37.243,61	38.935,79
(-) Gasto financiero	2.419,35	1.984,26	1.498,83	957,23	352,95
(-) 15% Participación de Trabajadores	5.318,10	5.199,38	5.375,61	5.586,54	5.840,37
(=) UTILIDAD O PÉRDIDA ANTES DE IR	27.716,58	27.478,92	28.962,97	30.699,84	32.742,47
(-) 20% Impuesto a la Renta	5.543,32	5.495,78	5.792,59	6.139,97	6.548,49

(=) GANANCIA O PÉRDIDA	22.173,26	21.983,13	23.170,37	24.559,87	26.193,98
Elaborado por: Steven Quiroz					

5.3.3. Flujo de caja

Tabla 62. Flujo de caja

Detalle	Año Base	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Utilidad Operacional		22.173,26	21.983,13	23.170,37	24.559,87	26.193,98
Capital Propio	20.000,00					
Crédito	23.683,24					
(+) Recuperación de Venta de Activos				89,00		
(-) Reinversión Activo Fijo				920,24		
(+) Depreciaciones		2.957,82	2.957,82	2.957,82	2.966,89	2.966,89
(-) 15% de Trabajadores		5.318,10	5.199,38	5.375,61	5.586,54	5.840,37
(-) 20% Impuesto a la Renta		5.543,32	5.495,78	5.792,59	6.139,97	6.548,49
(-) Pago de Capital		3.759,83	4.194,91	4.680,34	5.221,94	5.826,22
(+) Recuperación Venta de Activos						16.901,00
(+) Recuperación del Capital de Trabajo						12.825,24
TOTAL INVERSIÓN	43.683,24					
FLUJO NETO DE EFECTIVO	43.683,24	10.509,84	10.050,88	9.448,41	10.578,31	40.672,02

Elaborado por: Steven Quiroz

5.4. Evaluación financiera

5.4.1. Costo de oportunidad

Tabla 63. Cálculo de la tasa de redescuento

DESCRIPCIÓN	Estructura	% de Composición	Tasa de Rendimiento	Valor Ponderado
Inversión Auto Sustentable	20000,00	45,78%	8,00%	3,66%
Inversión Financiada	23683,24	54,22%	11,00%	5,96%
TOTAL DE LA INVERSIÓN	43683,24	100,00%		9,63%

Elaborado por: Steven Quiroz

$$i = (1 + CK)(1 + RP) - 1$$

Costo de Oportunidad=CK=	9,63%
Inflación=I= RP	1,12%
Costo de Oportunidad en tasa	9,63%

i= 0,1085
i= 10,8543

5.4.2. Valor Actual Neto (VAN)

Tabla 64. Valor Actual Neto (VAN)

Años	Flujos Netos	Tasa de Redescuento	Flujos Netos Actualizados
0	-\$ 43.683,24		
1	\$ 10.509,84	1,1085	\$ 9.480,77
2	\$ 10.050,88	1,2289	\$ 8.178,98
3	\$ 9.448,41	1,3623	\$ 6.935,87
4	\$ 10.578,31	1,5101	\$ 7.004,97
5	\$ 40.672,02	1,6740	\$ 24.295,91
Σ FNA			\$ 55.896,49

Elaborado por: Steven Quiroz

VAN= 55.896,49-43.683,24

VAN= 12,213.25

5.4.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Tabla 65. T.I.R. con tasa inferior

Años	Flujos Netos	Tasa de Redescuento	Flujos Netos Actualizados
0	-\$ 43.683,24		
1	\$ 10.509,84	1,109	\$ 9.480,77
2	\$ 10.050,88	1,229	\$ 8.178,98
3	\$ 9.448,41	1,362	\$ 6.935,87
4	\$ 10.578,31	1,510	\$ 7.004,97
5	\$ 40.672,02	1,674	\$ 24.295,91
Σ FNA			\$ 55.896,49
VAN TASA INFERIOR			\$ 12.213,25

Elaborado por: Steven Quiroz

Tabla 66. T.I.R. con tasa superior

Años	Flujos Netos	Tasa de Redescuento	Flujos Netos Actualizados
0	-43.683,24		
1	10.509,84	1,19	8.821,41
2	10.050,88	1,42	7.080,89
3	9.448,41	1,69	5.587,07
4	10.578,31	2,01	5.250,30
5	40.672,02	2,40	16.943,58
	Σ FNA		43.683,24
VAN TASA SUPERIOR			0

Elaborado por: Steven Quiroz

Tabla 67. Datos para calcular el T.I.R.

Tasa Interna de Retorno TIR	
Tasa Inferior	0,1085
Tasa Superior	0,191
VAN Tasa Inferior	\$ 12.213,25
VAN Tasa Superior	\$ 0
TIR	19,14%

Elaborado por: Steven Quiroz

$$TIR = Tasa\ inferior + (Tasa\ superior - tasa\ inferior) \cdot (VAN\ i / VANi - VANs)$$

5.4.4. Relación costo beneficio

Tabla 68. Relación costo beneficio

Σ FNA	\$ 55.896,49
INVERSIÓN	\$ 43.683,24
Beneficio - Costo	1,28

Elaborado por: Steven Quiroz

$$\text{Relación costo beneficio} = \frac{55.896,49}{43.683,24} = 1,28$$

El resultado que nos acaba de dar 1,28 nos quiere decir que aparte de recuperar la inversión vamos a tener \$ 0,28 de ganancia en el proyecto. Lo cual es aconsejable la puesta en marcha del mismo.

5.4.5. Punto de equilibrio

Tabla 69. Punto de equilibrio

Descripción	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Huevos de Codorniz					
Costo Fijo	\$31.065,47	\$32.906,86	\$33.504,27	\$34.115,12	\$34.704,57
precio de venta	1,62	1,64	1,65	1,67	1,69
Costo Variable	\$35.617,39	\$38.190,81	\$39.776,32	\$41.051,19	\$42.368,52
Cantidad	59580	60783	62011	63264	64542
Costo variable unitario	\$0,60	\$0,63	\$0,64	\$0,65	\$0,66
P.E (Q)	30453	32654	33077	33315	33525
P.E (\$)	\$49.270,66	\$53.424,07	\$54.721,01	\$55.733,22	\$56.712,34
Carne de codorniz					
Costo Fijo	\$3.451,72	\$3.656,32	\$3.722,70	\$3.790,57	\$3.856,06
precio de venta	3,13	3,17	3,21	3,24	3,28
Costo Variable	\$3.957,49	\$4.243,42	\$4.419,59	\$4.561,24	\$4.707,61
Cantidad	2448	2548	2706	2931	3240
Costo variable unitario	\$1,62	\$1,67	\$1,63	\$1,56	\$1,45
P.E (Q)	2273	2430	2368	2249	2114
P.E (\$)	\$7.125,96	\$7.702,49	\$7.590,36	\$7.290,60	\$6.927,47

Elaborado por: Steven Quiroz

Utilizando la fórmula para la obtención del punto de equilibrio nos dio como resultado:

$$PEQ = \frac{CF}{PV - CVU} \quad PE\$ = \frac{CF}{1 - \frac{CVU}{PV}}$$

Este indicador nos muestra la cantidad tanto en dólares como en unidades de ventas en la cual el proyecto no tendría ni pérdida ni ganancia, tanto para huevos Q= 30453 y \$=49270,66; para carne Q= 2273 y \$=7125,96; es decir a partir de este valor el proyecto comienza a generar utilidades, en el caso de las unidades a partir de esa cantidad producida comienza a ganar el proyecto.

5.4.6. Periodo de recuperación

Tabla 70. Periodo de recuperación

Año	Flujos de Efectivo Actualizados	Flujos Netos Actualizados
Año 2018	\$ 9.480,77	
Año 2019	\$ 8.178,98	\$ 17.659,74
Año 2020	\$ 6.935,87	\$ 24.595,61
Año 2021	\$ 7.004,97	\$ 31.600,58
Año 2022	\$ 24.295,91	\$ 55.896,49

Elaborado por: Steven Quiroz

Tabla 71. Calculo del periodo de recuperación

\$ 31.600,58		\sum 4 año	
\$ 43.683,24		Inversión	
		\$ 12.082,66	
\$ 24.295,91	12	2024,66	al mes
\$ 12.082,66	2024,66	5,968	5 Meses
0,968	30	29,032	29 Días

Elaborado por: Steven Quiroz

Análisis

Podemos entender con resultados que nos muestran los flujos netos actualizados que la inversión la podremos recuperar en 4 años y haciendo los respectivos cálculos para encontrar el tiempo restante no indica que serán en 5 meses y 29 días en los cuales nosotros recuperaremos la inversión.

CAPITULO VI

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.1. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

Para la instalación de la microempresa en la ciudad de Ibarra, necesita cumplir con los parámetros tanto legales como organizacionales.

La empresa será unipersonal, siendo registrado bajo el Ruc de su propietario con la siguiente información:

Nombre

Productos CODI

Domicilio

Calle Zamora y el Carmen sector huertos miravalle

Actividad

Producción de derivados de derivados del ave codorniz

6.1.1. Slogan

Este es un instrumento más que la microempresa puede utilizar para realizar la promoción de la misma y darse a conocer en el mercado

“COMPROMETIDOS CON SU BIENESTAR”

6.1.2. Logotipo de la empresa

Ilustración 23. Logotipo de la empresa

PRODUCTOS CODI



SU SALUD ES LO PRIMERO

Elaborado por: Steven Quiroz

6.1.3. Requisitos legales para operar

Registro único del contribuyente

El RUC constituye el número de identificación de todas las personas naturales con derecho a obligaciones tributarias.

Para obtener el RUC el servicio de rentas internas solicita lo siguiente:

- Original de la cédula de identidad y presentación del certificado de votación
- Original planilla de servicios básicos a nombre del contribuyente, padres, hermanos o hijos y debe ser de hasta 3 meses atrás.
- Correo electrónico vigente
- Número telefónico celular o convencional

Permiso del cuerpo de bomberos

Es necesario e indispensable para estar seguros ante un desastre natural o medidas de seguridad.

- Solicitud de inspección
- Informe de inspección aprobado por el cuerpo de bomberos

- Copia de la cédula y papeleta de votación
- Copia del RUC
- Copia de patente municipal

Patente municipal

Esta es el registro en la municipalidad del negocio

- Ruc
- Cédula de identidad y certificado de votación
- Carta de pago de impuesto predial para identificar el lugar donde va a funcionar el negocio.
- Solicitar código en los bomberos en caso de negocio nuevo

6.1.4. Misión

Somos una microempresa dedicada a la producción y comercialización de derivados de codorniz, garantizando calidad en cada uno de nuestros productos para la satisfacción de nuestros clientes usando procesos productivos amigables con el medio ambiente.

6.1.5. Visión

En el año 2022, se pretende ser una microempresa líder en la producción y comercialización de derivados de la codorniz en la ciudad de Ibarra con mejores parámetros de calidad y siempre teniendo en cuenta la conservación del medio ambiente.

6.1.6. Valores

Los valores son principios que nos permiten orientar nuestro comportamiento en función de lo que realizamos como personas.

HONESTIDAD: Realizar todas las actividades en la microempresa con absoluta transparencia y rectitud hacia los trabajadores y clientes.

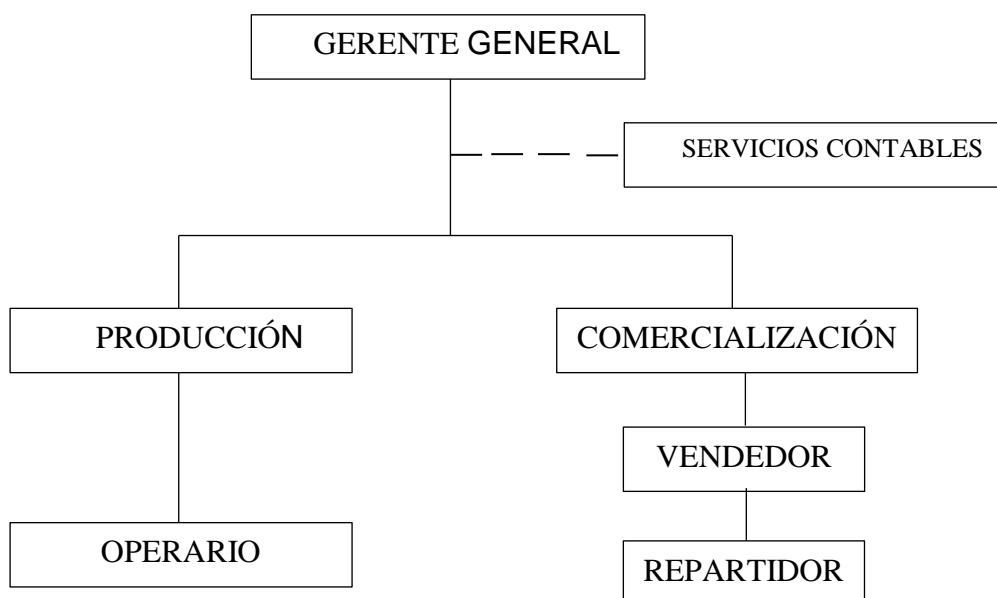
COOPERACIÓN: En el ambiente laboral todos los integrantes de la empresa deben aportar con sus conocimientos para la solución de un problema y así resolverse de manera ágil y rápida.

RESPETO: Es uno de los más importantes dentro de la microempresa pues es fundamental para lograr una armoniosa interacción social.

RESPONSABILIDAD: actuando de esta manera en la toma de decisiones y asumiendo la consecuencia de la misma y enfrentarla cuando sea de hacerlo.

ETICA: Obrar de manera correcta dentro de la microempresa, respetando cada uno de los lineamientos de la microempresa.

6.1.7. Estructura organizacional



6.2. Manual de funciones

CARGO: GERENTE

Función básica: Planear, dirigir, controlar y administrar todas las actividades que se realicen en la microempresa.

FUNCIONES

- Adoptar reglamentos, manual de funciones y dictar normas y procedimientos aplicables para un buen funcionamiento de la microempresa
- Representación legal y extrajudicial de la empresa
- Realizar los respectivos presupuestos financieros para la operatividad de la microempresa.
- Contratar personal y tener facultad de despedir.
- Establecer mediciones de mercado de los productos.
- Coordina y participa en las etapas de producción y comercialización de los productos.
- Realizar negocios comerciales que sirvan para el crecimiento de la microempresa.
- Tomar decisiones adecuadas

REQUISITOS

Título: Ing. en administración de empresas o afines

Experiencia: 2 años en el cargo

Edad: 30 años en adelante

Disponibilidad de tiempo completo

Competencias

- Trabajo bajo presión
- Pensamiento analítico y conceptual
- Buenas relaciones interpersonales

CARGO: OPERARIO

Función básica: Es el encargado de ejecutar las operaciones productivas.

FUNCIONES

- Acatar disposiciones encomendados por la autoridad
- Cuidar la higiene y seguridad del producto para garantizar su calidad
- Controlar que los insumos y materias primas se encuentre en perfecto estado
- Habilidad para recolección de huevos y desposte de las aves
- Estar pendiente de que este completo el material de trabajo.
- Ejecutar la perfecta manipulación de las aves y los productos.

REQUISITOS:

Título: bachiller

Experiencia: 6 meses en actividades similares

Edad: 20 años en adelante

Disponibilidad de tiempo completo

Competencias

- Destreza en el cuidado y manejo de aves
- Trabajo bajo presión
- Trabajo en equipo
- Creatividad y aporte para una mejor producción
- Empaque del producto

CARGO: VENDEDOR

Función básica: Ejecuta las operaciones comerciales.

FUNCIONES

- Establecer un nexo entre el cliente y la microempresa para facilitar las negociaciones

- Incrementar el área de ventas al cual está dirigido el producto
- Toma de pedidos
- Ejecutar las políticas de ventas y promociones
- Mantener nexos para un mejor manejo de ventas con el Gerente

REQUISITOS

Título: Técnico en ventas y chofer profesional

Experiencia: Mínimo un año

Edad: 25 años

Disponibilidad de tiempo completo

Competencias

- Buena presencia
- Fácil interacción con las personas
- Atento en todo lo que compete su cargo

CARGO: REPARTIDOR

Función básica: Distribuir el producto en la zona

FUNCIONES

- Carga del producto en el carro repartidor
- Transportar el producto al destino designado por el vendedor
- Descargar el producto en cada puesto de entrega
- Revisión y mantenimiento del vehículo en el que transporta
- Transmitir información entre cliente y vendedor

REQUISITOS

Título: Técnico en ventas y chofer profesional

Experiencia: Mínimo un año

Edad: 25 años

Disponibilidad de tiempo completo

Competencias

- Buena presencia
- Fácil interacción con las personas
- Atento en todo lo que compete su cargo

CAPITULO VII

7. ANÁLISIS DE IMPACTOS

7.1. Estudio de impactos

Toda microempresa de producción y comercialización de productos de origen animal, produce diversos impactos, los mismos que deben ser analizados con el fin de establecer su beneficio en la puesta en marcha del producto.

7.2. Niveles de impacto

A continuación se muestra una matriz en donde se determinan los indicadores a las cuales se asigna un valor de acuerdo al nivel de impacto a considerar. Luego de valorarlos se calcula el impacto promedio para realizar su respectivo análisis de las razones por las cuales se asigna el valor a cada indicador.

Tabla60. Niveles de impacto

ESCALA	IMPACTO
-3	Alto negativo
-2	Medio negativo
-1	Bajo negativo
0	No hay impacto
1	Bajo positivo
2	Medio positivo
3	Alto positivo

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

7.3. Impacto Ambiental

Tabla 61. Impacto Ambiental

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Manejo de desechos					X			1
contaminación auditiva						X		2
contaminación del agua					X			1
TOTAL				0	2	2		4

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

$$NI = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NUMERO DE INDICADORES}}$$

$$NI = \frac{4}{3}$$

$$NI = 1,33$$

Los niveles de impacto ambiental son positivos en nivel bajo que dio 1,33 equivalente a 1, es decir se genera un nivel de impacto muy bajo.

Análisis

- En cuanto al manejo de desechos con el fin de no generar contaminación, la codornaza será comercializada como abono no procesado a los agricultores, el cual evitara un bajo grado de contaminación al medio ambiente.
- Contaminación auditiva: para disminuir este se ha estipulado que el área donde se pretende crear la microempresa no generará ruidos los cuales afecten a la población cercana.
- Contaminación ambiental: al utilizar como abono la codornaza de las codornices, se podrá mejorar el efecto contaminador tanto para la salud del ser humano al igual que la protección del ecosistema.

7.4. Impacto Social

Tabla62. Impacto Social

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Creación de puesto de trabajo						X		2
Desarrollo comunitario					X			1
Calidad de vida					X			1
TOTAL					2	2		4

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

$$NI = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NUMERO DE INDICADORES}}$$

$$NI = \frac{4}{3}$$

$$NI = 1,33$$

Los niveles de impacto son positivamente bajos debido a que la microempresa no es de gran tamaño que según la tabla nos dio como resultado 1.33.

Análisis

- Calidad de vida: La obtención de un trabajo genera un ambiente de tranquilidad en un trabajador, de igual forma a su familia mejorando así la calidad de vida de los integrantes de esa familia.
- Desarrollo comunitario: estos son el motor de todas las actividades económicas y sociales, su integración se convierte en un factor muy importante para alcanzar su desarrollo.
- Creación de puestos de trabajo: al existir en el lugar una microempresa ya sea de cualquier denominación por ende existirá apertura de una fuente de empleo en el sector.

7.5. Impacto Económico

Tabla63. Impacto Económico

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
rentabilidad del proyecto						X		2
oferta de empleo						X		2
sueldos y salarios						X		2
Estabilidad económica							X	3
TOTAL					1	2	6	9

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

$$NI = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NUMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{9}{4}$$

$$NI = 2.25$$

En cuanto al impacto económico tenemos que este afecta medianamente de forma positiva debido al resultado de 2.25.

Análisis

- Rentabilidad del proyecto: es muy buena después de haber analizado los indicadores de rentabilidad se aprecia que es un negocio que genera utilidades.
- Oferta de empleo: debido a que la microempresa es nueva en el mercado local esta generará una fuente de empleo más a la comunidad.
- Sueldos y salarios: en la microempresa genera una estabilidad tanto para el trabajador como para el dueño debido a que se ajustan a los parámetros legales de sueldos y salarios.
- Estabilidad económica: El nivel de ingresos que generará la ejecución del proyecto permite lograr una estabilidad económica de las personas directamente involucradas en la microempresa

7.6. Impacto general

Tabla 71. Impacto general

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Impacto ambiente					X			1
Impacto social					X			1
Impacto económico						X		2
TOTAL					2	2		4

Fuente: elaboración directa

Elaborado por: El autor

$$NI = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NUMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{4}{3}$$

$$NI = 1,33$$

La implementación de esta nueva unidad productiva, tendrá un impacto bajo positivo lo cual genera buenas expectativas para la puesta en marcha del proyecto, con esto no solo la microempresa se beneficiará sino también la comunidad aledaña en la ciudad de Ibarra.

Por esta razón el esfuerzo implementado en la realización del proyecto conlleva a sacar al mercado productos de calidad y competitivos, utilizando tecnologías y conocimientos de personas para poder satisfacer las necesidades y exigencias del mercado actual.

CONCLUSIONES

- De acuerdo al diagnóstico situacional se puede concluir que en la ciudad de Ibarra, por su situación geográfica y el clima, es un lugar apto para la producción de los derivados de la codorniz debido a que también posee todas las facilidades para poner en marcha el proyecto.
- El marco teórico nos permitió conocer el significado de varios temas que a lo largo del proyecto se fueron utilizando siendo de gran utilidad en el desarrollo del proyecto, dejando sentado las suficientes bases teóricas para la sustentación del proyecto.
- En el desarrollo del estudio de mercado supo dar a conocer el consumo en las familias ibarreñas el cual fue el 53,99% para los huevos de codorniz y el 48,67% para la carne de codorniz, la carne y huevos de codorniz tuvo una frecuencia de compra mayoritaria de 3 paquetes quincenalmente por lo que permitió proyectar la demanda tanto de carne como de huevos de codorniz.
- En el estudio técnico se determinó los requerimientos necesarios para la puesta en marcha del proyecto como el de talento humano, localización, materia prima, infraestructura, equipos y maquinaria requeridos para la operatividad de la microempresa además de la inversión requerida en el mismo.
- El estudio financiero permitió determinar los ingresos tanto de huevos como de carne de codorniz que fueron de \$ 96.395,16 y \$7.675,30 respectivamente dando un total de los ingresos proyectados para el primer año de \$ 104.070,46 y los egresos proyectados son de \$ 76.951,41, demostrando a través de los evaluadores financieros la factibilidad del proyecto en el cual indicó como VAN \$ 12.213,25; Tasa interna de retorno(TIR) de 19,14%; relación costo beneficio de \$1,28, permitiendo recuperar la inversión en el 4 año.
- En la estructura organizacional se concluyó el logotipo de la microempresa, su eslogan, los requisitos necesarios para poner a funcionar el proyecto, misión, visión y estructura organizacional lo más sencilla y posible de reemplazar con su respectivo manual de funciones que aclara sobre cada tarea de su respectiva área de trabajo.

- Dentro de los análisis de impactos que tendría la microempresa en las diferentes áreas, se determina que hay un impacto bajo positivo, lo que es satisfactorio para este proyecto en cuanto a lo económico, social, y ambiental; lo que constituye un beneficio para la población ibarreña.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda la ejecución del proyecto de investigación de la microempresa “PRODUCTOS CODI”, en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura, debido a que existen factores favorables para su implantación.
- Tener políticas de innovación permanente y un estudio de avances tecnológicos para la producción avícola con el fin de mantener en un constante crecimiento la microempresa, además de mejorar el uso de los recursos incrementando la rentabilidad de la microempresa.
- Realizar durante un periodo de dos años el estudio de mercado con el fin de actualizar datos y verificar si el proyecto va a ser factible en el tiempo.
- Es fundamental que la microempresa posea una infraestructura adecuada para la producción de huevos y carne, dando lugar a que la rentabilidad supere las expectativas del accionista.
- Es importante que la microempresa tenga una organización adecuada en lo que tiene que ver con la documentación contable y financiera para tomar buenas decisiones, garantizando la existencia de una buena administración.
- Es recomendable estar en una constante actualización de la estructura organizacional para el buen funcionamiento de todas las áreas de la microempresa, teniendo siempre presente y primero los valores optados por la misma.
- En la ejecución del proyecto es recomendable que estén en un constante monitoreo de los impactos generados por la microempresa en el futuro pendientes de que estos no afecte a la comunidad aledaña sino que al contrario sean de un gran beneficio y se convierta en una alternativa tanto económica, social y ambiental.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografía

Ecured. (08 de 06 de 2017). *Ecured conocimiento con todos y para todos*. Obtenido de

Ecured: [https://www.ecured.cu/Ibarra_\(Ecuador\)#Salud](https://www.ecured.cu/Ibarra_(Ecuador)#Salud)

Fernandez M. (2006). *Economics*. economics 20.

GAD Ibarra, G. (01 de 01 de 2013). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón*

Ibarra. Obtenido de PDOT: [http://app.sni.gob.ec/sni-](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PDOT/ZONA1/NIVEL_DEL_PDOT_CANTONAL/IMBABURA/IBARRA/INFORMACION_GAD/01%20CANTON%20IBARRA_PDOT/1%20Plan%20de%20Desarrollo%20y%20Ordenamiento%20Territorial%20del%20Cant%C3%B3n%20Ibarra/PARTE%201%20-%20PLAN%20IBARRA%202031.p)

[link/sni/PDOT/ZONA1/NIVEL_DEL_PDOT_CANTONAL/IMBABURA/IBARRA/INFORMACION_GAD/01%20CANTON%20IBARRA_PDOT/1%20Plan%20de%20Desarrollo%20y%20Ordenamiento%20Territorial%20del%20Cant%C3%B3n%20Ibarra/PARTE%201%20-%20PLAN%20IBARRA%202031.p](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PDOT/ZONA1/NIVEL_DEL_PDOT_CANTONAL/IMBABURA/IBARRA/INFORMACION_GAD/01%20CANTON%20IBARRA_PDOT/1%20Plan%20de%20Desarrollo%20y%20Ordenamiento%20Territorial%20del%20Cant%C3%B3n%20Ibarra/PARTE%201%20-%20PLAN%20IBARRA%202031.p)

Garcia, G. J. (2009). *Administre sus recursos humanos*. Mexico: Palao editores sac.

Gifex. (01 de Diciembre de 2011). *Gifex Mapas y fotos satelitales del mundo*. Obtenido de

Gifex mapas y fotos satelitales del mundo: <http://www.gifex.com/America-del-Sur/Ecuador/Imbabura/Politicos.html>

Gómez, S. (2012). *Pequeñas empresas*. Mexico d.f: Mc Graw Hill.

<http://codornizvipraca.com>, V. (2016 de 01 de 01). *Codornitos Vipraca*. Obtenido de

Codornitos Vipraca: <http://codornizvipraca.com/huevos-de-codorniz/>

INAMHI, I. n. (28 de abril de 2015). *Pronostico ibarra Inamhi*. Obtenido de Inamhi:

<http://www.serviciometeorologico.gob.ec/>

INEC, I. n. (29 de noviembre de 2010). *Población y demografía*. Obtenido de INEC:

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>

Kotler P & Amstrong G. (2010). *Marketing gerencial*. Buenos Aires: Prentice Hall decima edicion.

López, R. G. (2004). *Evolución científica y metodología de la economía*. Malaga: Eumed.

- Martínez, M., & Ballester, L. (2004). *Cria de codornices*. Mexico: Imaginador 2004.
- Méndez, J. S. (2009). *Fundamentos de economía*. Mexico: MC. Graw Hill.
- Mercedes, B. V. (2013). *Contabilidad general*. Quito: Autor.
- Ojo. (16 de abril de 2012). *Ojo familia*. Obtenido de Ojo familia:
<http://ojo.pe/familia/producir-huevos-de-codorniz-117605/>
- Padilla, M. C. (2010). *Formulación y evaluacó de proyectos*. Colombia: Ecoe ediciones.
- Palao J & Gomez V. (2010). *Administre sus recursos humanos*. Palao editores SAC.
- Parkin M. (2010). *Fundamentos de la teoría económica*. Madrid: Pearson.
- Pérez, C. (1 de enero de 2014). *Naturazan*. Obtenido de Naturasan:
<http://www.natursan.net/carne-de-codorniz-beneficios-y-propiedades/>
- Philip, K. (2009). *Principios de marketing*. Mexico: Prentice Hall.
- Rivera Martínez, F., & Hernández Chávez, G. (2010). *Administración de proyectos*. Estado de Mexico: Prentice Hall, Pearson.
- Ruiz, R. (2006). *Historia y evolución del pensamiento científico*. Mexico: Eumed.
- Sarmiento, R. (2010). *Contabilidad de costos*. Quito: Impresos andinos.
- Servulo, A. R. (2010). *Administración de pequeñas empresas*. Mc-Graw Hill.
- Sérvulo, A. R. (2010). *Administración de pequeñas empresas*. Mexico: Mc Graw Hill.
- SIISE, S. I. (01 de 01 de 2016). *SIISE*. Obtenido de
<http://www.siise.gob.ec/siiseweb/siiseweb.html?sistema=1#>
- Taylor, J. B. (2012). *Principios de economía*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Urbina, G. B. (2013). *Evaluación de proyectos*. Mexico: MC Graw hill.
- Wikipedia, l. E. (25 de Abril de 2015). *Wikipedia coturnix*. Obtenido de WIKIPEDIA:
http://es.wikipedia.org/wiki/Coturnix_coturnix

Wine, & Grill. (10 de Diciembre de 2016). *Carnivino*. Obtenido de Carnivino Wine & Grill:

<https://carnivino.wordpress.com/2013/12/10/huevos-de-codorniz-propiedadesybeneficios/>

www.dietas.net, E. (04 de 04 de 2014). *Dietas.net*. Obtenido de Dietas.net:

<http://www.dietas.net/tablas-y-calculadoras/tabla-de-composicion-nutricional-de-los-alimentos/huevos-y-derivados/huevos/huevo-de-codorniz.html#>

Anexos

Anexo 1. Encuesta a la población

1. Forma parte de su dieta alimenticia consumir huevos de codorniz.
 SI () NO ()

2. Forma parte de su dieta alimenticia consumir carne de codorniz.
 SI () NO ()

3. Conoce usted marcas de huevos de codorniz.
 SI () NO ()

4. Conoce usted marcas de carne de codorniz.
 SI () NO ()

5. Como considera la calidad del producto que consume.
 MUY SATISFACTORIO ()
 SATISFACTORIO ()
 MEDIANAMENTE SATISFACTORIO ()
 NADA SATISFACTORIO ()
 NO CONSUME ()

6. Conoce usted las propiedades nutritivas que le brinda los huevos de codorniz y la carne de codorniz.
 SI () NO ()

7. Si usted adquiriera el producto que aspectos tomaría en cuenta.
 PRESENTACIÓN ()
 CALIDAD ()
 PRECIO ()
 CANTIDAD ()

8. Si la presentación de los huevos de codorniz estuviera por los 20 huevos por paquete.
 ¿Cuántos paquetes consumiría usted quincenalmente?
 1 ()
 2 ()

3 0 mas ()

NO CONSUMIRÍA ()

9. Si la presentación de la carne de codorniz estuviera por los 450gr por empaque. ¿Cuántos paquetes consumiría usted quincenalmente?

1 ()

2 A 3 ()

MÁS DE 4 ()

NO CONSUMIRÍA ()

10. Le gustaría que se implante una microempresa productora y comercializadora de derivados del ave codorniz a nivel local.

SI () NO ()

Anexo 2 Tabla de amortización

Nº Pagos	Pago Interés	Pago Capital	Saldo	Cuota
1	437,15	599,72	47.089,16	1.036,87
2	431,65	605,22	46.483,94	1.036,87
3	426,10	610,77	45.873,17	1.036,87
4	420,50	616,37	45.256,80	1.036,87
5	414,85	622,02	44.634,78	1.036,87
6	409,15	627,72	44.007,06	1.036,87
7	403,40	633,47	43.373,59	1.036,87
8	397,59	639,28	42.734,31	1.036,87
9	391,73	645,14	42.089,17	1.036,87
10	385,82	651,05	41.438,11	1.036,87
11	379,85	657,02	40.781,09	1.036,87
12	373,83	663,05	40.118,04	1.036,87
13	367,75	669,12	39.448,92	1.036,87
14	361,62	675,26	38.773,66	1.036,87
15	355,43	681,45	38.092,22	1.036,87
16	349,18	687,69	37.404,52	1.036,87
17	342,87	694,00	36.710,53	1.036,87
18	336,51	700,36	36.010,17	1.036,87
19	330,09	706,78	35.303,39	1.036,87
20	323,61	713,26	34.590,13	1.036,87
21	317,08	719,80	33.870,34	1.036,87
22	310,48	726,39	33.143,94	1.036,87
23	303,82	733,05	32.410,89	1.036,87
24	297,10	739,77	31.671,12	1.036,87
25	290,32	746,55	30.924,57	1.036,87
26	283,48	753,40	30.171,17	1.036,87
27	276,57	760,30	29.410,87	1.036,87
28	269,60	767,27	28.643,59	1.036,87
29	262,57	774,31	27.869,29	1.036,87
30	255,47	781,40	27.087,89	1.036,87
31	248,31	788,57	26.299,32	1.036,87
32	241,08	795,79	25.503,52	1.036,87
33	233,78	803,09	24.700,43	1.036,87
34	226,42	810,45	23.889,98	1.036,87
35	218,99	817,88	23.072,10	1.036,87
36	211,49	825,38	22.246,73	1.036,87
37	203,93	832,94	21.413,78	1.036,87
38	196,29	840,58	20.573,20	1.036,87
39	188,59	848,28	19.724,92	1.036,87

40	180,81	856,06	18.868,86	1.036,87
41	172,96	863,91	18.004,95	1.036,87
42	165,05	871,83	17.133,13	1.036,87
43	157,05	879,82	16.253,31	1.036,87
44	148,99	887,88	15.365,42	1.036,87
45	140,85	896,02	14.469,40	1.036,87
46	132,64	904,24	13.565,17	1.036,87
47	124,35	912,52	12.652,64	1.036,87
48	115,98	920,89	11.731,75	1.036,87
49	107,54	929,33	10.802,42	1.036,87
50	99,02	937,85	9.864,57	1.036,87
51	90,43	946,45	8.918,13	1.036,87
52	81,75	955,12	7.963,00	1.036,87
53	72,99	963,88	6.999,13	1.036,87
54	64,16	972,71	6.026,41	1.036,87
55	55,24	981,63	5.044,78	1.036,87
56	46,24	990,63	4.054,16	1.036,87
57	37,16	999,71	3.054,45	1.036,87
58	28,00	1.008,87	2.045,57	1.036,87
59	18,75	1.018,12	1.027,45	1.036,87
60	9,42	1.027,45	0,00	1.036,87

ALMACEN PECUARIO "TIERRA ZOE"*Consultorio veterinario de grandes y pequeñas especies**Insumos para su ganadería, avicultura y piscicultura.**Implementos para equitación y adiestramiento.***PROFORMA**

Ibarra, 18 de Septiembre del 2017.

CLIENTE: QUIROZ MARTINEZ ESTEVEN

RUC: 1003712062

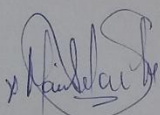
DIR: Jorge Davila Mesa y V. Perez

TELF:

NOTA: VALIDEZ DE LA OFERTA 30 DIAS

ITEM	CANT	DESCRIPCION	TARIFA 0%	TARIFA 14%	TOTAL
1	1	Incubadora para 10.000 aves amp	4000,00		4000,00
2	27	comedereros plasticos para codor	4,00		108,00
3	40	bebederos de codorniz	3,50		140,00
					0,00
SUBTOTAL					4248,00
TOTAL TARIFA 0					4248,00
TOTAL TARIFA 14%					0,00
IVA 14%					0,00
TOTAL USD					4248,00

Atentamente,



Alfonso Carrillo E.

RUC. 1002879888001

Tierra Zoe
ALMACEN PECUARIO
 RUC. 1002879888001
 Av. Fray V. Galindo y Mariano Acosta
 TEL. 2600 044 IBARRA-ECUADOR

Dirección: Av. Fray Vacas Galindo s/n y Av. Mariano Acosta esq. (frente al Gran Aki)

Telefax: 06 2 600029 Cel.: 080201452- 085623921

E-mail: tierrazoe@gmail.com

IBARRA – ECUADOR

TIERRA ZOE
ALIMENTOS Y PRODUCTOS VETERINARIOS

"OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD"

CARRILLO ESPINOSA ALFONSO MIGUEL
RUC: 1002879888001
AUT. SRI: 1121086176

FACTURA
SERIE 001-001
Nº 0082527

Dirección: Av. Fray Vacas Galindo
y Av. Mariano Acosta (esq.)
Telf.: 2600 029
0980 201 452 / 0985 623 921
IBARRA / ECUADOR
FECHA DE AUTORIZACIÓN:
13 / JULIO / 2017

DOCUMENTO CATEGORIZADO: NO
FECHA: 19 / Septiembre / 2017
CLIENTE: 9982 QUIROZ MARTINEZ STEVEN
RUC: 1003712062
DIRECCION: EL ALPARGATE 2-28

INTERNO: FZ074600
TELEFONO: 0994229791

Cod.	Cant.	Detalle	P. Unit.	V. Total
1	BA0031	BIO CODORNIZ PRODU	29.00	29.00

TIERRA ZOE
ALIMENTOS Y PRODUCTOS VETERINARIOS

ENTREGUE CONFORME RECIBI CONFORME

FORMA DE PAGAR
EFFECTIVO..... DINERO ELECTRONICO.....
TARJETA CRÉDITO/DÉBITO..... OTROS.....

SUBTOTAL: 29.00
TARIFA 0%: 29.00
TARIFA 12%: 0.00
IVA 12%: 0.00
TOTAL: 29.00

Pinchao Patiño Ricardo Apolinari / Imprenta "ALEMANA" Offset Telf. 2643 527 - Ibarra / RUC: 1000738706001 Aut. SRI. Nº 1429
Del 77601 - 87600 / FECHA DE CADUCIDAD: 13 / JULIO / 2018 / Original: ADQUIRIENTE - Copia: EMISOR

METALICAS TUNGURAHUA

OFRECE ESTRUCTURAS METÁLICAS Y CERRAJERÍA EN GENERAL

WILSON CAMILO CUSANGUA VILLALBA

Dir.: AV. Fray Vacas Galindo y Elías Almeida Tel.: 2609453/0993386142 Ibarra

PROFORMA

Ibarra 15 de Septiembre del 2017

Señor: STEVEN QUIROZ

RUC: 1003712062

Dir.: Jorge Dávila Meza y Virginia Pérez

Tel: 0990503829

Cantidad	Descripción	Precio unitario	Total
20	Jaulas de codorniz	357,143	7142,86
		Subtotal	7.142,86
		0 % IVA	0,00
		12% IVA	857.12
		Total	8.000,00

Atentamente,


Wilson Cusangua
Ruc: 1801320928001